

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«КУЗБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛИАЛ ГУ КузГТУ в г. НОВОКУЗНЕЦКЕ

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО И
ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССОВ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ И
ЦЕННОСТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ МОЛОДЕЖИ**

Материалы межвузовской студенческой
научно-практической конференции

27 апреля 2007г.

Новокузнецк
2007

УДК 378.147(06)+33(06)+34(06)+001(06)
С 56

Современные проблемы образовательного и воспитательного процессов в высшей школе и ценностная ориентация молодежи : материалы межвузовской студенческой научно-практической конференции, г. Новокузнецк 27 апреля 2007 г. / под общ. ред. к.э.н. Т. Н. Борисовой. – Новокузнецк : филиал ГУ КузГТУ в г. Новокузнецке, 2007. – 90 с.

В сборник включены материалы межвузовской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов вузов, организованной в апреле 2007 года в филиале ГОУ ВПО Кузбасского государственного технического университета, г. Новокузнецк

УДК 378.147(06)+33(06)+34(06)+001(06)

© Филиал ГУ КузГТУ в г. Новокузнецке, 2007

Содержание

Секция молодых ученых	6
С.Б. ОВСЯННИКОВА	6
Современный подход к образованию на основе ценностных установок.....	6
И.А. ГАЛКИНА	8
К вопросу о развитии студентов средствами иностранного языка	8
М.А. МАМЕТЬЕВА	10
Проект – как современная технология процесса обучения при изучении курса спецдисциплин кафедры «Социально-культурный сервис и туризм»	10
О.Ю. УЖАН	12
Интегрированный урок как средство формирования творческих способностей старших школьников	12
Секция экономики и менеджмента	15
Н.Г. ГАРТМАН ДИПЛОМ III СТЕПЕНИ	15
Некоторые проблемы Российского рынка труда	15
Т.Н. ЕЛИЗАРОВА.....	16
Анализ принципов взаимодействия органов государственной власти и муниципального управления	17
Е.В. КИРЕЕВА	21
Роль менеджера в современной организации.....	21
Секция финансов и кредита	25
В.В. ЕРЛИН ДИПЛОМ I СТЕПЕНИ	25
Аудит финансовых результатов деятельности банка	25
А.Е. ВИНОКУРОВ ДИПЛОМ III СТЕПЕНИ	28
К ВОПРОСУ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВСЕМИРНОГО БАНКА В РОССИИ.....	28
Секция экологии и валеологии.....	33
М.С. БЕЗМЕНОВА	34
Загрязнение водных экосистем в Кемеровской области	34
Секция социально-гуманитарных наук	37
Е.А. СЕРЖАНТОВА.....	37
Социально-психологический портрет регионального лидера в современной России.....	38
Секция русского языка и культура речи	42
Е.С. БЕЛОВА ДИПЛОМ I СТЕПЕНИ	42

Речевые барьеры и способы их преодоления	42
Е.Г. КАЛАШНИКОВА ДИПЛОМ II СТЕПЕНИ	45
Умение убеждать – залог успеха презентации	46
О.В. ВЕРИГО ДИПЛОМ III СТЕПЕНИ	48
Этикет телефонного разговора	48
Секция иностранных языков	52
Д.В. ДУБКОВА ДИПЛОМ I СТЕПЕНИ	52
Английские фразеологизмы, содержащие в своей семантике элемент цветообозначения, при практическом изучении английской лексики в высшей школе	52
Д.И. ДРОБЫШЕВА, Е.С. МИСЬКО ДИПЛОМ II СТЕПЕНИ	54
Рекламные тексты и товарные знаки в немецкой, французской и английской рекламе как средство познания культуры в процессе изучения иностранных языков	54
Е.А. БАЛАШОВА	57
Лексика американского варианта английского языка как одно из направлений в языковой культуре стран изучаемого языка	57
Секция психологии и педагогики	59
Н.В. КОСИНОВА	59
Роль конфликта в современной организации	59
Ю.И. ШИПУНОВА	63
Проявление манипуляций со стороны руководителя	63
О.В. МАНСКАЯ	67
Имидж делового человека	67
Е.А. НЕРЕТИНА	69
Искусство деловых переговоров	69
С.А. НОВОЖИЛОВА	71
Социальная ответственность руководителя	71
Секция социально-культурного сервиса и туризма	80
И.А. ЛОСКУТОВА, М.А. ТЕМИРГАЛИЕВА	80
Проект бизнес - отеля «Форум», как современная форма научного исследования при изучении дисциплины «Техника и технология на предприятиях СКС и туризма	80
М.В. МАРЧЕНКО	82
Особо охраняемые территории как возможный ресурс в развитии туризма в Кузбассе, на примере Шорского Государственного национального парка	82

Секция информационных технологий	85
А.Е. ЧУДИНОВ.....	85
Правовое положение спаминга в России	85
А.В. ПОСПЕЛОВА	88
Интернет – банк на примере ОАО «Альфа-банк»	88

СЕКЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

С.Б. Овсянникова

Ст. преподаватель филиала ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОБРАЗОВАНИЮ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК

Переход российской экономики на новые условия хозяйствования, формирования рынка труда и образовательных услуг предъявляют новые требования к качеству подготовки специалистов, способных и готовых работать в современных условиях. Если раньше в процессе подготовки специалистов на первое место выходили лишь профессиональные знания, умения и навыки, то на современном этапе акцент делается на поддержании психофизического развития студентов, организации здорового образа жизни, формировании личностных качеств.

Современная система образования должна реагировать на меняющиеся потребности производства и экономики, должна быть вариабельной, достаточно легко перестраиваемой на подготовку и переподготовку нужных специалистов. Учебный процесс вуза должен быть организован, исходя из необходимости формирования в неразрывном единстве как психофизического, так и квалифицированного потенциала. Критерием его оптимальной организации может служить работоспособность обучаемого. Для этого необходимы разработка и внедрение в учебный процесс системы контроля качества всех видов занятий на основе обратной связи, обеспечивающей функционирование гуманистически ориентированной технологии обучения. Система образования переживает кризис, так как принципы, заложенные в ее основу, перестали быть созвучными с новыми требованиями организации общества. В обществе, мировоззрение которого построено на установках расчлененного знания, умножается некогерентная духовность, возникают характерные кризисные явления. Осуществить необходимые изменения можно только с помощью системы массового образования, которая должна быть перестроена. Новое содержание общего для всех образования, обеспечивая трансляцию актуальной для общества части культуры, должно давать возможность продемонстрировать и привить каждому

человеку обобщенный современный научный образ мира и научный стиль мышления.

Главной целью образования должно стать формирование у учащихся современной научно обоснованной картины мира, где человеческое общество и окружающий мир выступают в единстве, где законы общества и законы природы представляют аспекты единого целого. Образование должно стать личностно - ориентированным и помогать сознанию человеком своего места в мире. Наряду с этим система образования должна дать возможность каждому человеку реализовать себя профессионально в соответствии с его интересами, способностями и личностными качествами.

Важнейшей задачей массового образования должно быть формирование у человека современного целостного научного мировоззрения, причем в такой форме, которая позволяет ориентироваться в актуальных вопросах. Общество должно определить эту цель как обязательный базовый уровень образования, без освоения которого дальнейшее продвижение по образовательной цепочке невозможно без ущерба для общества в целом. Реальное содержание базового образования должно способствовать достижению поставленной цели и нуждается в соответствующей интеграции знаний.

В связи с этим происходит изменение представлений о ценностных установках личности. Система ценностей закрепляется в общественном сознании в виде фундаментальных норм, принципов жизнедеятельности, императивов и установок. В процессе социализации формируются определенные ценностные ориентации личности, образующие стержень ее внутренней культуры. Ценностные ориентации в свою очередь детерминируют мотивацию, т.е. внутренние и внешне стимулы деятельности людей. Все современные типы общественной организации порождают благодаря социальной стратификации противоречивые ценностные системы, которые сохраняют устойчивость на основе неких общих архетипов сознания и преемственности в развитии культуры. Однако в периоды ломки системы общественных отношений возникают острейшие ценностные конфликты.

Ценности в синтезе их общечеловеческих, национально-культурных и конкретных социальных форм оказываются

связанными с содержанием и стандартами образования. Они включены в нравственные и культурные цели образования: развития трудолюбия, честности, предприимчивости, культурной грамотности и воспитанности, чувства собственного достоинства и независимости одновременно с чувством долга, терпимости и уважительности к каждому человеку.

Таким образом, для нормального функционирования сообществ и их участия в изменениях сферы образования требуется воспроизводящая и постоянно обновляемая система ценностей, которая способна корректировать задачи и содержание образования на каждом этапе его развития.

И.А. Галкина

Ст. преподаватель филиала ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Исходной идеей концепции обучения предмету иностранный язык является превращение образования в механизм развития личности.

Главной целью развивающего обучения является формирование личностной активности студента, которая обеспечивает активное отношение к знаниям, систематичность и положительные результаты.

Необходимо отметить, что на занятиях по иностранному языку формируются *иноязычные речевые механизмы*. В говорении и письме, чтении и аудировании развиваются механизмы оперативной памяти, слухового и зрительного восприятия речи, смыслового структурирования высказывания.

Можно также утверждать, что изучение иностранного языка способствует развитию *познавательных функций психики* студентов. Тренируется мнемотехника, то есть разные приёмы запоминания — произвольные и непроизвольные, механические и логические, непосредственные и опосредованные (через опорные сигналы). Работа над иноязычным высказыванием способствует формированию логики мышления.

Иностранный язык содержит большие резервы для формирования *филологического мышления* студентов. Язык является важнейшим

социальным явлением в окружающем мире, средством национального и межнационального общения.

Интересно также отметить, что овладение иностранным языком расширяет *фоновые знания* студентов. В фоновые знания входят ключевые слова по обсуждаемой проблеме, систематизированные так, чтобы студенты могли достаточно свободно в ней ориентироваться. Необходимым компонентом фоновых знаний является информация по проблеме общения, включающая факты и сведения, даты и цифры и т. п. Работа с текстом и справочной литературой позволяет углубить фоновые знания, учит ориентироваться в потоке информации, отбирать нужный материал, стимулирует исследовательскую деятельность в учебном процессе.

Представляется важным подчеркнуть, что на занятиях по иностранному языку есть условия для развития *межличностного взаимодействия* студентов в общении. В организованном речевом общении развивается умение слушать, воспитывается внимание друг к другу, стремление к совместным действиям, усваиваются правила этикета.

Изучение иностранного языка способствует осознанию *общечеловеческих ценностей*. Предметом изучения становятся материально-технические, социально-политические, нравственно-этические и культурно-исторические ценности стран изучаемого языка и родной страны.

Таким образом, можно сказать, что знание иностранного языка есть результат большого личного труда студента. Процесс изучения иностранного языка способствует развитию *важных черт характера личности*. Овладение иноязычной речью помогает формировать целеустремлённость студентов, развивает терпение. Преодоление трудностей формирует настойчивость. Развиваются усидчивость, самостоятельность. Это обусловлено спецификой учебной деятельности по иностранному языку: её отличают длительность процесса, отдалённость конечной цели и результата, повышенная сложность речемыслительной деятельности, необходимость регулярных упражнений, безусловная необходимость самостоятельной учебной работы.

Совершенно очевидно, что изучение иностранного языка является важным средством *подготовки* студентов к *практической деятельности*. Главное — научить ориентироваться в типичных

ситуациях общения, в реалиях страны изучаемого языка, в специальной литературе по профессиональным интересам. Ориентировочная деятельность с опорой на иностранную речь составляет главную цель практической подготовки студентов по иностранному языку. Эта деятельность включает восприятие ситуации, осознание проблемы общения, выбор коммуникативной цели, поиск решения проблемы в общении, достижение коммуникативной цели и результата.

Всё вышеизложенное убеждает нас в том, что иностранный язык может быть действенным фактором всестороннего развития личности студента.

М.А. Маметьева

Преподаватель филиала ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

**ПРОЕКТ – КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЦЕССА
ОБУЧЕНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ КУРСА СПЕЦДИСЦИПЛИН
КАФЕДРЫ «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И
ТУРИЗМ»**

Уровень подготовки работников индустрии туризма диктуется современными требованиями развития этой области, как ведущей сферы мировой экономики. Как и развитие, и внедрение современных технологий, новейших разработок в этой сфере, квалификация специалистов должна также соответствовать требованиям постоянно усложняющегося международного рынка туризма.

Для этого образование в ВУЗе должно ориентироваться не столько на передачу знаний, которые постоянно устаревают, сколько на овладение базовыми компетенциями, позволяющими затем по мере необходимости приобретать знания самостоятельно. Существует точка зрения, что «университет - есть преподавание через производимое на глазах исследование» (С.И. Гессен). Таким образом, образование должно быть связано с практикой более чем традиционно.

Проект как творческо-репродуктивный метод обучения направлен на совершенствование знаний и формирования умений и навыков. Целью данной формы оптимизации процесса обучения является

максимальное приближение теоретических знаний к современной практике ведения бизнеса применительно к российским предприятиям туристической индустрии, с использованием технологии группового проектирования. И здесь также важным становится освоение техник, с помощью которых можно получать, перерабатывать и использовать новую информацию. Задача метода проекта - обучение личности самостоятельному мышлению, способности осознанного выбора, творчеству, умению принимать решения и аргументировать их.

Данный метод был применен при изучении курса «Техника и технология на предприятиях СКС и туризма» на дневном и заочном отделении.

Творческим группам студентов были предложены для разработки модельные предприятия индустрии туризма и использование в них нововведений в технологиях и технологическом оборудовании. Разработки характеризовались полным раскрытием темы, а именно технологиями предоставления услуг данного предприятия, использованием на ней техники, а также нововведений, умением пользоваться ТСО при защите своего проекта, используя современные средства презентации.

В процессе реализации данного метода студенты усваивают фундаментальные теоретические знания в процессе их практического применения, овладевают техникой, с помощью которой можно получать, перерабатывать и использовать новую информацию, умело аргументируют применение данной техники и технологии на выбранных предприятиях и использование в них нововведений в соответствии с развитием данной индустрии.

В результате студентами было предложено несколько проектов, которые были защищены на практических занятиях и опробированы на конференции в качестве докладов и были высоко оценены студентами и приглашенными специалистами в области туризма.

Подобный опыт, полученный студентами при разработке проектов, способствовал развитию нестандартных подходов обучения, возможности реализации знаний в практической деятельности, повышению интереса, творческого подъема, активизации мышления и является подготовительной ступенькой в инновационном подходе изучения сопредельных дисциплин в области методики научных исследований.

Данный метод проектов есть начальная ступень в системе инновационного образования ВУЗа, т.к. является предшественником проектных разработок, таких как тренинги, стажировки на производстве, в научно- исследовательских организациях и т. д. присутствующих в учебном плане университета «инновационного» образца. Т.к. сам инновационный характер развития образовательной деятельности заключается в использовании таких типов процессов, как разработка студентами реальных проектов в различных секторах экономики, проведение исследований фундаментального и прикладного характера, использование образовательных технологий, обеспечивающих студентами возможность выбора учебных курсов.

О.Ю. Ужан

Преподаватель филиала ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

ИНТЕГРИРОВАННЫЙ УРОК КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Реформирование системы образования требует нового методологического подхода к его организации и содержанию, ключевая идея которого заключается в том, чтобы интегрировать учебный материал, уплотнить его, установить зависимости и межпредметные связи. Интеграция выступает как ведущая форма организации содержания образования на основе целостности восприятия окружающего мира.

Ключевое понятие «интеграция» происходит от латинского *integer* – целый и *integration* – восстановление, объединение [1,с.581].

Внедрение интеграции в образовательный процесс признается одной из важных задач в разделах концепции модернизации современного российского образования. Решение данной задачи в школе определяется рядом условий: во-первых, это совершенствование процесса обучения; во-вторых, обеспечение условий в школе для формирования творческих способностей старших школьников.

Практика показывает, что интегрированный урок позволяет обобщить, структурировать, систематизировать материал, привести его в соответствие с требованиями к целостности информации. Мы считаем, что интегрированным можно считать урок, который позволяет организовать всевозможные способы познания окружающего мира, природы, общества, человека посредством анализа, синтеза и систематизации знаний различных монодисциплин в логически целостную структуру на основе единых общенаучных подходов.

Цель интегрированного урока – в получении учащимися не только новых знаний и информации в более стройной системе, но и умений творчески мыслить, решать проблемы, опираясь на систематизированную и интегрированную информацию. Структура интегрированных уроков разнообразна; они могут быть проведены в виде лекции, конференции, семинарского и практического занятия, урока творчества, лаборатории, профиль-класса и т.д.

Особое внимание при подготовке интегрированного урока уделяется отбору материала и построению его в стройную логическую систему. Мы считаем, что следует тщательно осуществлять подбор материала в соответствии с целями и задачами учебного плана, а также дальнейшего использования и отработки материала интегрированного урока в учебном процессе.

Основная часть интегрированного урока, по нашему мнению, – это единый процесс поиска и творческой переработки информации. Информационное пространство, в котором работают старшие школьники, представлено интегративными элементами различных предметных областей, объединяющим же началом являются информационные технологии. Материальным воплощением интегративных элементов могут быть такие носители информации, как учебники, учебные книги и пособия, бумажные и электронные энциклопедии, глобальная сеть Интернет и т.д./

Для формирования творческих способностей старших школьников в ходе интегрированных уроков необходимо широко использовать возможности интегрированного обучения.

Интегрированные уроки дают ученику достаточно широкое и яркое представление о мире, в котором он живет, о возможности явлений и предметов, о взаимопомощи, о существовании многообразного мира материальной и художественной культуры.

Преимущества интегрированных уроков заключаются в том, что они:

- способствуют повышению мотивации учения, формированию познавательного интереса учащихся, целостной научной картины мира и рассмотрению явления с нескольких сторон;

- в большей степени, чем обычные уроки, способствуют развитию речи, беглости и гибкости мышления, формированию умения учащихся сравнивать, обобщать, делать выводы;

- не только углубляют представление о предмете, расширяют кругозор, но и способствуют формированию разносторонне развитой, гармонически и интеллектуально развитой личности;

- являются источником нахождения новых связей между фактами, которые подтверждают или углубляют определенные выводы, наблюдения учащихся в различных предметах;

- структура интегрированных уроков отличается четкостью, компактностью, сжатостью, логической взаимообусловленностью учебного материала на каждом этапе урока, большой информативной емкостью материала; закономерности интегрированного урока заключаются в том, что весь урок подчинен авторскому замыслу; урок объединяется основной мыслью (стержень урока); урок составляет единое целое, а этапы урока – это фрагменты целого; этапы и компоненты урока находятся в логико-структурной зависимости; отобранный для урока дидактический материал соответствует замыслу; цепочка сведений организована как «данное» и «новое» и отражает не только структурную, но и смысловую связанность; связанность структуры достигается последовательно, но не исключает параллельную связь (в первом случае соблюдается очередность действий, во втором – выполняются сопутствующие творческие задания, отвечающие другой логически выстраиваемой мысли);

- интегрированный урок решает не множество отдельных задач, а их совокупность.

Интегрированные уроки снимают утомляемость, перенапряжение учащихся за счет переключения на разнообразные виды деятельности, резко повышают познавательный интерес, служат развитию у старших школьников воображения, внимания, мышления, речи, памяти, что ведет к формированию их творческих способностей.

СЕКЦИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Н.Г. Гартман Диплом III степени

Студентка 1 курса, ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: доцент ГУ КузГТУ А.Р. Сковер А.Р.,
г. Новокузнецк

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА

Очевидно, что одной из наиболее острых социально-экономических проблем предстоящего десятилетия в России будет безработица. Властные, законодательные структуры, да и все общество в целом осознают, что обеспечение всеобщего права на труд в переходный период-требование желаемое, но не достижимое.

Проблема не в наличии безработицы, а в ее уровне и структуре, в наличии, или отсутствии эффективных мер (на федеральном, местном уровне) по регулированию рынка труда.

Российский рынок труда не сбалансирован: с одной стороны, он избыточен по объему, а с другой стороны, является трудодефицитом по своей структуре, т.е. происходит перенакопление рабочей силы на предприятиях, аккумуляция избыточной численности работников, при этом повышение спроса на рабочую силу приводит к трудодефициту.

Следует отметить рост числа вакансий заявленных в службы занятости. Банк данных свободных рабочих мест вырос в 1, 5 раза. Правда, качество этого прироста нельзя назвать эффективным. Прирост достигнут за счет увеличения постоянных рабочих мест с низкой оплатой труда, не обеспечивающий ни работнику прожиточный минимум, ни государству достаточные налоговые поступления.

Отсутствие четко выраженных перспективных отраслей сдерживает возможность перераспределения рабочей силы из убыточных предприятий; ограничена территориальная мобильность трудовых ресурсов; недофинансирование бюджетного сектора создает задолженность бюджета по выполнению государственного

заказа; системы образования и профессиональной подготовки продолжают готовить потенциально безработных; происходит социальная изоляция частично трудоспособных – все это признаки современного кризиса рынка труда.

Серьезно изменилось качество безработицы:

а) Растет неудовлетворенный спрос работодателей на специалистов(необязательно высокой квалификации / скрытая безработица не является резервом удовлетворения этого спроса/ нежелания возвращаться к низким доходам, деквалификация и т.д.). Выход видятся в борьбе со структурной безработицей (переподготовка «морально устаревших» специалистов по заказам работодателей).

б) Чрезвычайно высок уровень (по мировым меркам) уровень застойной и профессиональной безработицы.

Рынок труда в России слабо связан с рынком капитала. Все это вызывает необходимость выработать соответствующую российскую политику занятости, а также стратегию и тактику механизма регулирования российского рынка труда.

Российский рынок труда характеризуются низким уровнем цены рабочей силы и ее большим отрывом от ее стоимости.

Что касается прогнозов на ближайшее будущее, то практически все эксперты сходятся в одном: пока экономики страны на подъеме, недостатка в рабочих местах не будет. Однако, в среднесрочной перспективе российский рынок труда столкнется с серьезными сложностями. Уже сейчас менеджеры по персоналу отмечают тот факт, что работодатели начинают обращать меньшее внимание на наличие у соискателя опыта работы (исключая «должности топ - менеджеров») и все больше ориентируются на студентов старшекурсников и выпускников вузов, особенно в малом бизнесе.

Т.Н. Елизарова

Студентка 4 курса, ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ А.С. Моисеева
г. Новокузнецк

АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Рассмотрение данного вопроса стоит начать с определения двух основных понятий, а именно государственная власть и муниципальное управление.

Понятие государственной власти может быть определено и сформулировано в рамках различных подходов к анализу этого сложного общественного явления: философского (универсального), институционального, социологического, процессуального, юридического (формализованного).

Государственная власть – это:

1. право, возможность и способность государства оказывать воздействие на судьбы, отношения и деятельность людей с помощью различных средств и методов;
2. система соответствующих институтов и государственных органов, правомочно принимающих властные решения;
3. совокупность должностных лиц государственного аппарата, облеченных соответствующими властными полномочиями;
4. совокупность юридически установленных полномочий, которые имеют все государственные органы и должностные лица, принимающие властные решения.

Понятие муниципального управления может быть сформулировано следующим образом:

Муниципальное управление – это:

1. разновидность социального управления. Это воздействие на все общество или его отдельную группу с целью упорядочения, организации, совершенствования, стабильного развития;
2. воздействие на социум в пределах конкретной ограниченной территории;
3. практическая деятельность, специфический вид труда.

Следует выделить следующие основные *принципы взаимодействия органов государственной власти и муниципального управления*:

1. Взаимодействие строится на основе принципа государственных гарантий местного самоуправления.

Реализация этого принципа означает, прежде всего, создание

системы правовых гарантий защиты местного самоуправления. Государство устанавливает правовые основы организации и деятельности местного самоуправления, его финансовой, экономической и организационной самостоятельности, обеспечивает судебную защиту прав местного самоуправления, устанавливает запрет на ограничение прав, прописанных в Конституции и федеральных законах.

Государство гарантирует материально-финансовую обеспеченность осуществления органами местного самоуправления отдельных переданных или делегированных им государственных полномочий, а также компенсацию дополнительных расходов, возникших в результате решений, принятых органами государственной власти.

Государство гарантирует соблюдение нормативов минимальной бюджетной обеспеченности органов местного самоуправления, с тем чтобы удовлетворение основных жизненных потребностей населения в сферах, отнесенных к ведению муниципальных образований, было на уровне государственных стандартов.

2. Принцип организационного обособления местного самоуправления.

Законом он подкрепляется следующим образом:

а) образование органов местного самоуправления, назначение должностных лиц местного самоуправления органами и должностными лицами государственной власти не допускается;

б) осуществление местного самоуправления органами государственной власти и государственными должностными лицами не допускается;

в) должностные лица местного самоуправления не относятся к категории государственных служащих;

г) решение органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления могут быть отменены субъектами муниципальной власти, их принявшими, либо признаны недействительными только по решению суда.

3. Муниципальное законодательство не только обеспечивает защиту местного самоуправления от незаконного вмешательства государственных органов в их деятельность, но и устанавливает основы их тесного взаимодействия. Организационные принципы взаимодействия подкрепляются тем, что:

- органы местного самоуправления реализуют отдельные государственные полномочия, которыми они наделяются законом;
- осуществляют решения, принятые органами государственной власти, оказывают в соответствии с законом содействие государственным органам в выполнении их задач и функций на местном уровне;
- государственные органы, в свою очередь, оказывают содействие органам местного самоуправления в выполнении ими своего предназначения.

Можно выделить *функциональные принципы взаимодействия*:

- функционирование местного самоуправления в рамках, заданных законом;
- наличие у органов местного самоуправления собственных полномочий, в пределах которых они самостоятельны;
- наличие собственных ресурсов, достаточных для осуществления органами местного самоуправления и их должностными лицами своей функциональной деятельности и полномочий.

4. *Принцип ограниченности, предельности компетенции*: для государственной власти этот принцип важен, ибо его соблюдение предохраняет от вторжения в законоустановленное пространство местного самоуправления; для местного самоуправления важен, ибо создает гарантию невмешательства в его деятельность государственных органов и государственных должностных лиц. Другими словами, реализация этого принципа создает достаточную стабильность отношений между органами государственной власти и органами местного самоуправления. Конечно, всегда есть вероятность несоблюдения этого принципа одной либо другой стороной. Но она нейтрализуется прокурорским и судебным надзором (контролем). В случае возникновения спора ситуация может быть разрешена независимой и непредвзятой стороной.

Законодательством РФ установлен перечень вопросов местного значения для муниципальных образований различных типов. Очевидно, что разнообразие местных условий не позволяет на федеральном уровне установить исчерпывающий перечень вопросов, отнесенных к ведению местного самоуправления. Поэтому органам государственной власти субъектов РФ предоставлено право передавать в компетенцию муниципальных органов иные вопросы, а

муниципальным образованиям – принимать в свое ведение вопросы, не исключенные из их ведения и не отнесенные к ведению других муниципальных образований и органов государственной власти. В случае двухуровневой системы местного самоуправления органы государственной власти субъектов разграничивают предметы ведения между муниципальными образованиями.

Муниципальные образования должны заниматься решением местных проблем. Однако в реальности органы местного самоуправления перегружены значительным объемом государственных полномочий. Практика показывает, что в последние годы законодатели не ограничивают, а, наоборот, наращивают объем нормативных правовых актов, обязывающих органы местного самоуправления нести бремя исполнения разнообразных государственных полномочий, подчас не обеспечивая их реализацию соответствующими материальными и финансовыми средствами. По сведениям Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ на федеральном уровне за два-три года (к 2002 году) принималось 150 таких нормативных актов, начиная от Федеральных законов и заканчивая решениями отдельных ведомств.

Таким образом, в деятельности муниципалитетов существует проблема *дисбаланса собственных и делегированных полномочий*. Если ее не решить, может наступить определенный момент, когда органы местного самоуправления перестанут быть таковыми по сути, а реально, по объему реализуемых полномочий, будут органами территориального государственного управления на местном уровне. В итоге и вопросы местного характера решаются не с тем качеством, которого от них ждут и государство, и местное сообщество.

Таким образом, *взаимодействие* – это всегда двухсторонний процесс. Местное самоуправление имеет возможность воздействовать на государственную власть, а государственная власть необходимо участвует в реализации местного самоуправления.

Из соображений стратегической эффективности требуется, чтобы отношения местного самоуправления и государственной власти, а особенно действия государственной власти в области местного самоуправления, имели плановый и прогнозируемый характер, развивались в формате государственных программ поддержки местного самоуправления.

Е.В. Киреева

Студентка 4 курса, ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ А.С. Моисеева,
г. Новокузнецк

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Менеджер — это член организации, осуществляющий руководство людьми, определяющий цели работы и принимающий решение по эффективному взаимодействию в цепочке «люди — цели». Организация не может существовать без менеджеров.

Основные функции менеджеров — поиски возможностей и поддержки подчиненных. Выделяют следующие ключевые роли для менеджеров:

1. Это роль координатора, связывающего одну группу людей с другой и упрощающего диалог между ними. Эту роль имидж и представительство во внешнем мире; фактический может играть номинальный глава фирмы, обеспечивающий ее вдохновляющий действия людей, направленные на лидер, достижение целей фирмы; коммуникатор, создающий возможность надежных непрерывных контактов между сотрудниками.

2. Это роль информатора, обеспечивающего прием, передачу и обработку различного рода информации. Эту роль может играть контролер, следящий за работой подчиненных, сравнивающий ее с поставленными целями. Ее может взять на себя распространитель идей, который в курсе всех изменений, влияющих на работу сотрудников, информирующий их об этом, разъясняющий политику фирмы. Это и представитель, разъясняющий значение и характер проблем другим подразделениям или партнерам.

3. Кадровый стратег - член управленческой команды, отвечающий за разработку и реализацию кадровой стратегии, а также организационные механизмы ее обеспечения; системы управления и руководства службами, осуществляющими функции кадрового менеджмента (вице-президент по управлению персоналом).

4. Руководитель службы управления персоналом - организатор работы кадровых подразделений.

5. Кадровый технолог - разработчик и реализатор творческих подходов в специфических для менеджера по персоналу областях деятельности, компетентный в специальных и технологических знаниях, способный привлекать разнообразные внутренние и внешние ресурсы и их эффективно использовать с учетом деловых перспектив организации (руководитель службы организационного развития или развития персонала).

6. Кадровый инноватор - руководитель, лидер-разработчик экспериментальных, инициативных или пилотажных проектов, требующих большого внимания и тщательной проработки, прежде чем они получают широкое распространение в практике кадрового менеджмента организации.

7. Исполнитель - специалист, осуществляющий оперативную кадровую политику.

8. Кадровый консультант (внешний или внутренний) - профессионал, использующий панорамное видение перспектив корпорации, практические знания в области управления человеческими ресурсами и навыки эксперта, для определения потребностей, возможностей и путей решения проблем, связанных с развитием организационно-кадрового потенциала.

До недавнего времени считалось, что личностными чертами люди либо награждаются от природы, либо они приобретают их в процессе многолетней работы методом проб и ошибок. Однако последние достижения науки (в том числе в социологии и психологии) позволяют изучать природу человеческих взаимоотношений и искусство управления людьми на серьезной научной основе, не полагаясь только на собственный опыт.

Менеджеры высшего звена фирмы обычно являются номинальными главами, координаторами, представителями, определяют цели и основные принципы деятельности. Менеджеры среднего звена чаще всего выступают в качестве генераторов идей, представителей на переговорах, координаторов деятельности своих подчиненных, определяя их функциональные обязанности и цели, совершенствующие производственный процесс. Менеджеры низшего звена - мастера - находятся ближе к непосредственным исполнителям. Цели для них формируются на ближайшую

перспективу непосредственными руководителями и ориентированы на повышение производительности труда, квалификации отдельных работников, снижение брака.

По своему отношению к работе менеджеры делятся на пассивных и активных. Пассивные используют, как правило, принципы деятельности, выработанные другими, замыкаются преимущественно на своих подчиненных, пытаются контролировать все их действия. В повседневной работе такие менеджеры ограничиваются решением узких проблем, причем с рутинных позиций. Они берутся лишь за то, что служит на пользу их карьере и позволяет «набрать очки», да и здесь, боясь риска, действуют только по схеме «так, чтобы наверняка», не пытаются расширить кругозор, а нехватку знаний и идей пополняют их воровством у своих подчиненных.

В противоположность пассивному, руководитель активного типа не сидит на месте, стремится к испытаниям, полностью отдает себя работе. Он обладает четкими жизненными установками, требователен к себе и окружающим, стремится к совершенству. Такой руководитель постоянно находится в гуще жизни, непрерывно вырабатывает и пересматривает и соответствии с обстановкой принципы деятельности для себя и для других. Он стремится конструктивно использовать любые, даже конфликтные, ситуации, не боясь риска и ответственности. Активный менеджер ищет и устанавливает срочные контакты с окружающими, поощряет их самостоятельность, дает возможность выдвинуться. У активного менеджера есть все необходимые задатки для того, чтобы стать лидером коллектива, совмещающим в себе официальное признание руководства и неофициальное подчиненных.

В процессе управления менеджер осуществляет ряд конкретных функций, среди которых:

- организация и планирование деятельности коллектива и своей собственной работы;
- распределение заданий и инструктаж подчиненных;
- контроль за ними;
- подготовка и чтение отчетов;
- проверка и оценка результатов работы;
- ознакомление со всеми новинками в мире бизнеса, техники и технологии, выдвижение и рассмотрение новых идей и предложений;

- решение вопросов, выходящих за пределы компетенции подчиненных;
- знакомство с текущей корреспонденцией;
- ответы на звонки и прием посетителей;
- проведение собраний и представительство;
- заполнение форм отчетности; ведение переговоров;
- повышение квалификации и т. д.

Все эти работы характеризуются: высоким разнообразием (до 200 видов действий в день), разнообразием формы самих этих действий и места их осуществления, широкими контактами и коммуникациями внутри и вне фирмы, быстрой сменой событий, людей и действий.

Для выполнения своих сложных и ответственных функций, менеджеры должны иметь специальные знания и обладать способностью использовать их в повседневной работе по управлению предприятием. Основные требования к их профессиональной компетенции:

1. Понимание природы управленческого труда и процессов менеджмента.

2. Знание должностных и функциональных обязанностей менеджера, способов достижения целей и повышения эффективности работы организации.

3. Умение использовать современные информационные технологии и средства коммуникации, необходимых в управленческом процессе.

4. Владение искусством управления человеческими ресурсами.

5. Владение искусством налаживания внешних связей.

6. Способность к самооценке, умение делать правильные выводы и непрерывно повышать квалификацию – знания и умения.

Помимо перечисленных требований, менеджер должен уметь обосновывать и принимать решения в ситуациях, для которых характерна высокая динамичность и неопределенность; должен быть хорошо информирован по вопросам развития отрасли. В которой работает предприятие: состояние исследований, техники, технологии, конкуренции, динамики спроса на продукцию и пр.; должен быть знаком с опытом менеджмента на других предприятиях или в других отраслях; должен быть способен управлять ресурсами, планировать и прогнозировать работу предприятия, владеть способами повышения

эффективности управления; уметь использовать современную информацию, средства коммуникации и связи и пр.

Для успешной работы с людьми, менеджеры должны иметь множество специфических личностных качеств, которые усиливают доверие и уважение со стороны тех, с кем они вступают в контакт. Это прежде всего, высокое чувство долга и преданность делу, честность в отношении с людьми и доверие к партнерам, умение четко выражать свои мысли и убеждать, уважительное и заботливое отношение к людям вне зависимости от их положения в иерархии предприятия, способность быстро восстанавливать свои физические и душевные силы и критически оценивать свою деятельность и многие другие.

СЕКЦИЯ ФИНАНСОВ И КРЕДИТА

В.В. Ерлин Диплом I степени

Студент 4 курса СФ МИЭП, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель СФ МИЭП Т.К.

Наплекова, г. Новокузнецк

АУДИТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

В системе контроля за деятельностью банков особое место занимает аудиторский контроль как элемент рыночной инфраструктуры. В настоящее время, законодательно закреплена обязанность банков проводить аудит своих отчетов, информация из которых является основой для принятия решения о начале или продолжении сотрудничества с банками, имеющимися или потенциальными клиентами, контрагентами, инвесторами. Внешний банковский аудит, как независимая экспертиза финансовой отчетности банка, проводится, в первую очередь, в интересах его акционеров. Финансовые результаты деятельности банка являются отражением целого комплекса внешних и внутренних факторов, в связи с чем изучать и анализировать их следует с помощью системы экономических показателей. В качестве финансовых показателей

деятельности банка выступают доходы, расходы, а также прибыль (убыток). Важно отметить, что к финансовым результатам деятельности банка относятся доходы и расходы, что обусловлено спецификой деятельности банков, принятыми методами управления активами и пассивами, и, соответственно, методами расчета финансового результата по каждой сделке, услуге (продукту).

Организация аудиторской проверки финансовых результатов базируется на общих принципах и включает в себя:

1) Предварительное планирование, на данном этапе задачи аудитора выявить значимые области аудита и оценить соблюдение принципа непрерывности деятельности;

2) Подготовка и составление общего плана и программы, на данном этапе аудитор оценивает эффективность системы бухучета и системы внутреннего контроля и определяет уровень существенности и аудиторский риск, а также составляет общий план и программу аудита;

3) Выполнение общего плана и программы, здесь задачей аудитора является получение доказательств, достаточных для выражения его мнения об отчетности;

4) Обобщение результатов аудита и составление аудиторского заключения, на данном этапе аудитор оценивает достаточность полученных доказательств и выражает свое мнение о достоверности отчетности.

Цель аудиторской проверки предусмотрена договором на оказание аудиторских услуг. Общей целью аудита финансовых результатов деятельности банка, проводимого в рамках обязательного аудита, является подтверждение достоверности данных отчета о прибылях и убытках, а также оценка соблюдения действующих требований с целью получения доказательств того, что отчетность банка не содержит существенных искажений. Учитывая характер формирования финансовых результатов деятельности банка, в качестве потенциальных объектов проверки могут выступать доходы и расходы банка, раскрытие информации о которых предусмотрено формой отчета о прибылях и убытках. Важным моментом аудиторской проверки финансовых результатов деятельности банка будет являться идентификация принятых в банке средств контроля, а также знакомство с организацией системы бухгалтерского учета по каждому объекту проверки. Средства

контроля и система бухгалтерского учета должны обеспечивать соблюдение требований общих и локальных документов, условий договоров и соглашений при начислении и получении доходов (при покрытии расходов) и при отражении этих процессов в бухгалтерском учете. Основным способом проведения аудиторской проверки доходов и расходов банка являются выборочные исследования. Это обусловлено тем обстоятельством, что сальдо доходов (расходов) складывается как результат значительного количества операций, и сплошная проверка финансовых результатов потребует значительных временных и физических издержек. Кроме того, математически доказано, что большой объем генеральной совокупности оказывает лишь незначительное влияние на объем выборки. Таким образом, и для 1000, и для 10 000 элементов всей совокупности можно получить значимые результаты, отобрав для проверки не более 50 элементов. В результате аудиторская выборка позволяет аудитору делать на ее основании выводы о свойствах всей проверяемой совокупности.

Техническим этапом аудиторской проверки является получение аудиторских доказательств, достаточных для выражения мнения аудитора о достоверности отчетности. Конкретные способы получения аудиторских доказательств представляют собой аудиторские процедуры, выбор которых зависит от целей проверки, специфики проверяемых счетов, опыта и профессионального суждения аудитора. В зависимости от целей выборочной проверки, аудиторские процедуры можно разделить на две группы - тестирование средств контроля (проверка на соответствие) и тестирование по существу, включающее аналитические процедуры и детальные тесты оборотов и сальдо по счетам. При этом по каждому из направлений аудитор может использовать как сплошной, так и выборочный метод сбора данных.

Отметим, что аналитические процедуры целесообразно применять тогда, когда результаты проверки на соответствие позволяют сделать вывод о высокой надежности средств контроля по конкретному объекту проверки. В противном случае аудитору необходимо протестировать сальдо счетов для того, чтобы получить достаточную степень уверенности в том, что отчетность банка не содержит существенных искажений.

А.Е. Винокуров Диплом III степени

Студент 3 курса СФ МИЭП, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель СФ МИЭП, к.п.н.

О.А. Затепякин, г. Новокузнецк

К ВОПРОСУ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВСЕМИРНОГО БАНКА В РОССИИ

Цель моего доклада – показать спектр деятельности Всемирного банка в России в плане содействия эффективной реализации комплексной программы реформ правительства по достижению устойчивости экономического роста, который, в свою очередь, приводит к повышению уровня занятости и качества социальных услуг, предоставляемых россиянам. Всемирный банк решает эту задачу путем финансирования проектов и проведения аналитической и консультационной деятельности, которая стимулирует и поддерживает дальнейшую разработку российской программы реформ.

1. Всемирный банк оказывает содействие в достижении устойчивого и долгосрочного экономического роста.

Всемирный банк оказывает содействие правительству РФ в осуществлении мер по диверсификации экономики с целью расширения базы экономического роста. Банк также поддерживает усилия, направленные на повышение эффективности и прозрачности государственного сектора. Так, в рамках финансируемого Банком Проекта развития бюджетного федерализма и реформирования региональных финансов были внедрены механизмы предоставления на конкурсной основе финансовых ресурсов регионам с учетом их достижений в области планирования бюджетной политики и управления бюджетом.

2. Всемирный банк оказывает содействие России в снижении уровня бедности.

Притом, что высокие темпы экономического роста в России дали очевидные положительные результаты, экономическое развитие в целом было неравномерным, что привело к дальнейшему ухудшению ситуации в бедных регионах страны и среди наиболее уязвимых слоев населения.

Всемирный банк помогает правительству определить очаги бедности в целях повышения адресности предоставляемой социальной помощи. Кроме того, Банк содействует снятию административных барьеров, мешающих быстрому развитию сектора малых и средних предприятий, для того, чтобы эти предприятия смогли заложить основу для дальнейшего процветания экономики. Так, Банк и другие международные организации регулярно по всей стране проводят опросы малых и средних предприятий в целях выявления препятствий на пути их развития, что способствует формированию более благоприятных условий для инвестиций и создания новых рабочих мест.

3. Всемирный банк оказывает содействие России в совершенствовании национальной системы здравоохранения.

Всемирный банк помогает России создать доступную, в том числе и в финансовом отношении, а также эффективную систему здравоохранения. Начиная с 1996 года, Всемирный банк предоставил России 366 миллионов долларов США для дальнейшего финансирования развития системы здравоохранения. Так, 1 200 учреждений первичного (поликлиники, женские консультации и фельдшерско-акушерские пункты) и вторичного (районные больницы и родильные дома) звеньев медицинской помощи в 34 субъектах федерации получили новое оборудование. Это принесло пользу более 63 миллионам человек, или 43% населения России. Кроме того, рекомендации Всемирного банка оказывают содействие Министерству здравоохранения РФ по совершенствованию системы финансирования здравоохранения, повышению качества медицинского обслуживания, а также укреплению его потенциала как федерального органа исполнительной власти, отвечающего за удовлетворение нужд населения.

Около 190 млрд. рублей (7 млрд. долларов США) будет выделено на проект в области здравоохранения, которые будут направлены на повышение оплаты труда, модернизацию оборудования и создание новых учреждений здравоохранения.

4. Всемирный банк оказывает содействие России в решении проблемы туберкулеза и ВИЧ/СПИДа.

Россия сталкивается с быстрыми темпами распространение эпидемии ВИЧ/СПИДа, которая представляет угрозу, как для населения, так и для экономики страны. В целях преодоления данной

угрозы и решения проблемы распространения туберкулеза, рост заболеваемости которым за период с 2000 по 2006 годы увеличился более чем в два раза. Всемирный банк оказывает содействие Правительству РФ по претворению в жизнь Федеральной целевой программы "Предупреждение и борьба с заболеваниями социального характера". В России реализуется проект в размере 150 миллионов долларов США, направленный на укрепление потенциала страны в деле предотвращения распространения ВИЧ/СПИДа путем совершенствования мониторинга, повышения информированности населения и оказания помощи тем, кто относится к группам повышенного риска. В целом, проект принесет прямую пользу более 150 000 россиян, а также будет способствовать выявлению и лечению случаев заболевания туберкулезом.

5. Всемирный банк осуществляет инвестиции в образование российских детей.

Система государственного образования в России страдает не только от недофинансирования во многих областях, но и от значительно устаревшей системы администрирования и структуры, полученной в наследство от советского периода. На сегодняшний день государство создало слабые стимулы и возможности для улучшения и модернизации образовательных программ. Существует значительный разрыв между средним и специальным государственным образованием и потребностями рынка. Проведенный недавно международный сравнительный анализ качества школьного образования подтверждает негативные тенденции в области качества знаний учащихся в России. В новых государственных инициативах нашли отражение такие важные вопросы, как социальный статус учителей и внедрение в образовательный процесс информационных и компьютерных технологий. Расходы на образование увеличиваются. Однако если Россия не добьется успехов в модернизации своей в основном устаревших системы администрирования и учебных программ, то эффект дополнительного финансирования будет ограничен.

6. Всемирный банк оказывает поддержку России в осуществлении мер по борьбе с коррупцией.

Большая часть работы, проводимой Всемирным банком в России, сконцентрирована на поддержке реформ, направленных на повышение прозрачности и отчетности, а также основанных на более

широком партнерстве, то есть тех реформ, что ведут к снижению стимулов к коррупции. Кроме того, Всемирный банк и другие международные организации поручили проведение исследования о первопричинах коррупции и ее последствиях для страны российской неправительственной организации Фонд "ИНДЕМ". Полученные результаты исследования помогут в разработке стратегии по борьбе с коррупцией.

7. Всемирный банк оказывает содействие России по охране окружающей среды.

Деградация окружающей среды в России очевидна на примере состояния многих городов, озер, рек, территорий вокруг промышленных предприятий, и постоянно сокращающихся площадей, занимаемых лесами. Всемирный банк выделил более 300 миллионов долларов США, чтобы оказать поддержку России в реализации программ по очистке территорий от загрязнений, совершенствованию управления огромными запасами природных ресурсов и сохранению богатой дикой природы. Так, еще несколько лет назад Россия была одним из крупнейших мировых производителей озоноразрушающих веществ. Теперь положение изменилось, благодаря осуществлению программы, профинансированной Всемирным банком и Глобальным экологическим фондом, в рамках которой семь российских предприятий получили компенсацию за прекращение производства 140 000 тонн озоноразрушающих веществ.

8. Всемирный банк оказывает дополнительную поддержку экономическим реформам в России, проводя аналитическую работу и предоставляя консультационные услуги.

Аналитические и консультационные услуги, предоставляемые Всемирным банком правительству – это важная и все более весомая часть вклада Банка в определении направлений экономических преобразований в России. Научные разработки в форме экономических и отраслевых исследований, предоставление технического содействия, закладывают основу для определения стратегических приоритетов, а также стимулируют и поддерживают дальнейшую разработку российской программы реформ. Примерами такого рода исследований являются регулярные Доклады об экономике России, модель расчета экономических издержек эпидемии ВИЧ/СПИДа, оценка рынков труда и финансов, а также

разработка рекомендаций по реформированию государственной службы и государственного управления.

Ожидается, что акцент в аналитико-консультативной работе Банка будет все больше смещаться в сторону механизмов возмездных, платных услуг, компенсирующих сокращение административных ресурсов Банка в России в результате сокращения программы кредитования МБРР. Для дальнейшего выполнения комплексной аналитико-консультативной программы Банк будет работать с федеральными и региональными органами власти над формированием более упорядоченного подхода к созданию таких механизмов платных услуг (как это делается в других странах со средними доходами), включая подписание рамочного соглашения между Банком и Правительством.

9. Всемирный банк опирается на опыт и знания российских специалистов и укрепляет партнерство с Россией.

Всемирный банк высоко ценит знания, накопленные российскими специалистами. Именно поэтому 85% от общего числа сотрудников Московского представительства Банка составляют россияне. Российские эксперты работают вместе с иностранными специалистами, помогая им глубже понять социально-экономические проблемы страны. Россияне являются частью команды Всемирного банка, в состав которой входят более 10 тысяч человек со всего света. Недавно открывшийся в Представительстве Всемирного банка в Москве Учебный центр глобального развития, а также Общественно-информационный центр используют технологии и методы дистанционного обучения в целях содействия интерактивному и эффективному обучению, а также обмену знаниями с российскими партнерами по решению задач в области устойчивого развития и сокращения бедности.

Стратегия партнерства опирается на важные изменения, уже сделанные в программе работы Банка в России, направленные на содействие полному переходу к новым механизмам деятельности. В 2005 г. был создан специальный Консультативный совет по АКР, в состав которого входят руководители крупных московских и санкт-петербургских научных учреждений. Совет разрабатывает рекомендации и проводит оценку аналитико-консультативной работы Банка и содействует разработке совместных проектов. Банк провел существенную реструктуризацию своего московского

представительства, которая включала кадровые перестановки, дальнейшую децентрализацию принятия решений, укрепление межотраслевого сотрудничества и использование межотраслевых проектных команд.

9. Всемирный банк твердо намерен изменить ситуацию в России.

ВЫВОД

Россия стала членом Группы Всемирного банка в 1992 г. С тех пор общий чистый объем финансовых ресурсов, предоставленных Всемирным банком России, достиг 9,7 миллиардов долларов США. В течение этого периода Банк помог России преодолеть последствия экономического кризиса 1998 года, оказал содействие в проведении реформ системы социальной защиты населения, здравоохранения, управления окружающей средой, сельского хозяйства, водоснабжения и канализации, инфраструктуры и управления госсектором. В настоящее время Всемирный банк финансирует в России 25 проектов и грантов.

В настоящее время в стадии разработки находятся семь проектов: «Парки ИКТ», «Особые экономические зоны», «Жилищно-коммунальные услуги», «Реформирование судебной системы», «Статистика», «Инфраструктура микрофинансирования» и «Укрепление здоровья взрослого населения» на общую сумму 481 млн. долларов США.

Для обеспечения успешной и своевременной разработки проектов необходимо будет упростить процедуры одобрения проектов Банком и Правительством и обеспечить тесное взаимодействие между Банком и Министерством финансов и Министерством экономического развития и торговли. На настоящий момент в программу работ уже включено 26 мероприятий по оказанию технического содействия и отраслевой деятельности. Кроме того, ежегодно ожидается подписание еще 2-3 соглашения с регионами об оказании платных услуг. Годовой объем финансовых обязательств МФК на период действия стратегии партнерства оцениваются приблизительно в 700 млн. долларов США.

СЕКЦИЯ ЭКОЛОГИИ И ВАЛЕОЛОГИИ

М.С. Безменова

Студентка 1 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: доцент ГУ КузГТУ Г.В. Борисова,
г. Новокузнецк

ЗАГРЯЗНЕНИЕ ВОДНЫХ ЭКОСИСТЕМ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Любого жителя г. Новокузнецк волнует вопрос загрязнения окружающей среды, в том числе и водных ресурсов. Вода – это один из главных источников жизнедеятельности. Природа без воды мертва.

С каждым годом чистой воды становится меньше и меньше. Очистные сооружения не справляются со своими функциями. Настораживает то, что на сегодняшний день $\frac{1}{2}$ населения имеет дома фильтры для очистки воды, другая же половина покупает чистую питьевую воду.

Основными источниками снабжения г. Новокузнецка являются река Томь, её притоки – Реки Аба, Ускат, Кондома и подземные воды.

Забор воды из поверхностных и подземных водных объектов в 2004 году составил 345,6 млн м³, в том числе из поверхностных водных объектов около 273 млн м³, из подземных, включая шахтно-рудничную, около 72 млн м³. Использовано – 291,01 млн м³, из них на производственные нужды 159,24 млн м³, хозяйственно-питьевые – 84,2 млн м³, расход на иные нужды составил 47,57 млн м³.

Основной объём забранной воды используется на производственные и хозяйственно-питьевые нужды и составляет соответственно 46,1% и 24,4%; потери воды при транспортировке (54,55 млн.) превышают объём водопотребления на иные нужды города и составляют 18,7% от забранной. Водопотребление в 2004 году уменьшилось на 19,9 млн м³ по сравнению с 2003 годом (365,5 млн м³). Сокращение водопотребления произошло, в основном, за счёт невыполнения производственной программы ОАО «Западно - Сибирская ТЭЦ», снижения потребления на производственные нужды и увеличения доли повторно используемой воды на ОАО «Западно – Сибирский металлургический комбинат», ликвидации угольных предприятий.

В природные поверхностные водные объекты рек Томь, Аба, Ускат, Кондома отведено 201,65 млн. м³ сточных вод, из них половина без очистки, другая – недостаточно очищенных.

Объём ливневых вод – 1,66 млн. м³.

Сброс сточных вод в природные поверхностные водные объекты осуществляют 18 предприятий-водопроизводителей; основные из них: ООО «Разрез Камышинский, ООО «Ремонтно-механический завод», МП АТП-4, ОАО «Шахта Полосухинская», ОАО «Шахта Большевик», ООО «Новокузнецкое СУМ, ОАО «Органика», ОАО завод «Универсал», ОАО «Кузнецкие Ферросплавы, ОАО «Новокузнецкий алюминиевый завод», Кузнецкая ТЭЦ, ОАО «Новокузнецкий завод резервуарных металлоконструкций», ОАО «Кузнецкая автобаза», ОАО «Куйбышевская автобаза», МП «Тепловые сети».

Суммарная площадь очистных сооружений составляет около 106,0 млн. м³.

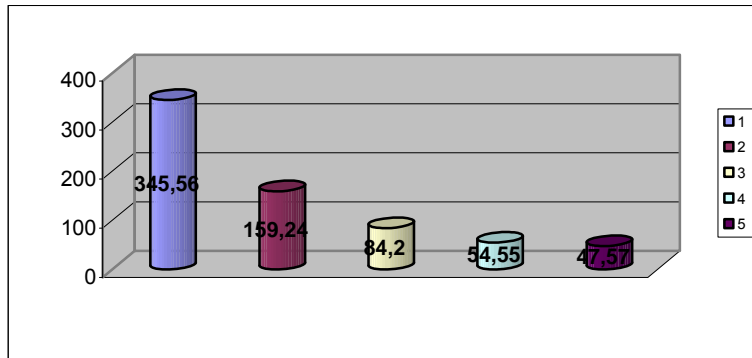
Наибольшую техногенную нагрузку в черте города претерпевала р. Аба: в результате сбросов ОАО «НКМК» дважды фиксировалось тепловое загрязнение, отмечена максимальная концентрация цинка – 27,2, марганца – 12,5 ПДК, азота аммонийного – 9,7 ПДК, фенолов – 8 ПДК.

Вода в реке Томь опасна не только для здоровья людей. Поступая в водопроводы, она имеет высокие коррозионные свойства, что сокращает сроки эксплуатации водопроводных сетей. Технология существующей системы водозаборов не позволяет остановить забор речной воды во время залповых выбросов в реку и прохождения по Томи наиболее грязных городских талых вод в период половодья.

Исходя из положения, что избавить реку от загрязнений невозможно, следует более действенно использовать систему штрафов и налогов с предприятий и административных территорий, допускающих загрязнение речной воды, перераспределить вырученные средства в районы, расположенные ниже по течению и расходовать их на решение проблемы чистой воды. Не ослабляя контроля за выбросами, необходимо шире вводить систему налоговых льгот для предприятий, использующих новые технологии, снижающие водопотребление и потери воды. В прежние годы этого не делалось. А на вопрос, возможно ли это в существующей экономической ситуации, ответ может быть только отрицательным.

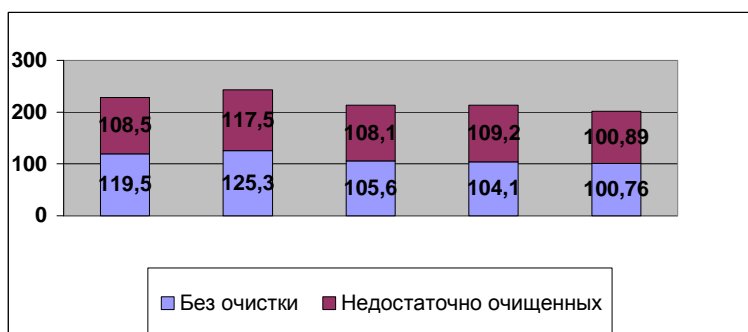
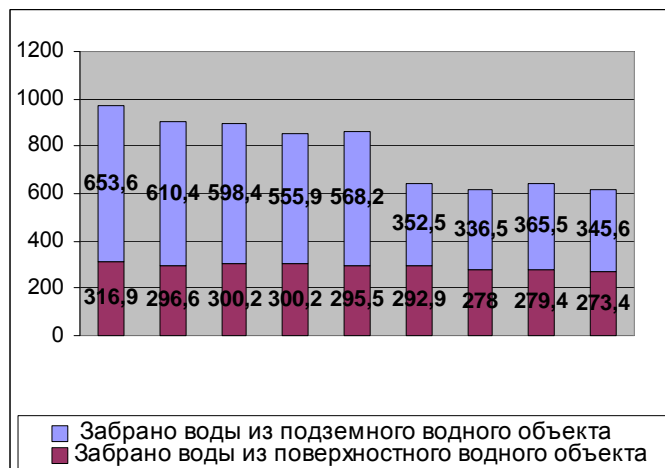
Ожидаемый же подъем ресурсоемких производств лишь усугубит проблемы загрязнения Томи и здоровья людей. Между тем проблема питьевого водоснабжения уже три десятилетия остается нерешенной.

Характеристика водопотребления, млн. м³



- 1 -Забрано воды из водных объектов
- 2 -Использовано на производственные нужды
- 3 - Использовано на хозяйственно-питьевые нужды
- 4 - Потери при транспортировке
- 5- Использовано на иные нужды

Динамика водопотребления, млн. м³



Валовый сброс загрязняющих веществ со сточными водами в природные поверхностные водные объекты, тонн

Наименование загрязняющего вещества	2004 г.	% вклада от областного показателя
Цианиды	0,288	99,0
Роданиды	2,603	98,8
Кремний	52,191	91,0
Фтор	125,322	86,9
Марганец	5,974	39,3
Нитриты	94,822	38,6
Нитраты	6272,600	35,9
Взвешенные вещества	3634,00	34,6
Фосфор общий	177,893	33,9
БПК	1,736	33,6
Кальций	0,825	33,2
Фенол	1,180	29,8
Нефтепродукты	32,000	29,1
Сухой остаток	76,540	21,1
Азот аммонийный	171,000	21,0
Магний	241,517	20,7
Сульфаты	11,255	18,6
Хлориды	5,742	17,7
СПАВ	5,267	13,9
Химическое потребление кислорода	0,398	9,2
свинец	0,032	4,5

СЕКЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Е.А. Сержантова

студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ В.Д. Наумова,
г. Новокузнецк

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ РЕГИОНАЛЬНОГО ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Кто он, региональный лидер?

Лидер – это авторитетный член организации, социальной группы, общества в целом, личностное влияние которого позволяет ему играть существенную роль в социальных процессах.

С понятием «лидер» тесно связано понятие «лидерство». Среди различных форм лидерства политическое лидерство занимает особое положение.

Изучение региональных лидеров как личностей и профессионалов своего дела имеет несомненное практическое значение. Во-первых, знание личностных и профессиональных характеристик региональных лидеров позволит Центру осуществлять более эффективную политику в отношении регионов. Во-вторых, данные знания позволят осуществить прогнозирование поведения региональных лидеров, а это в свою очередь предоставит возможность внесения корректив в процессы политического и экономического управления, как на федеральном, так и на региональном уровне. Наконец, в-третьих, учет личностно-профессиональных характеристик региональных лидеров позволит целенаправленно и обоснованно заниматься «политической селекцией» самых перспективных.

Анализ жизненного пути региональных лидеров показывает, что многие из них имеют высокие показатели по характеристике ЭГО, т.е. *силы личности*. Такие лидеры отличаются высокими волевыми качествами, целеустремленностью, упорством, настойчивостью, решительностью, работоспособностью, не боятся трудностей и экстремальных ситуаций.

Большинство региональных лидеров оцениваются по характеристикам направленности личности, как *реалистичные прагматики*, т.е. они нацелены на конкретные результаты в регионе и стране, ориентированы на большую самостоятельность регионов. Региональные лидеры в большинстве своем отличаются некоторым *консерватизмом*, стремлением к стабильности.

Важную роль играет образование. У всех руководителей регионов образование высшее. В целом соответствующее профилю деятельности у 14,3%, а не соответствующее - у 85,7%, 18,6% получили второе или дополнительное образование, необходимое для

успешной управленческой деятельности. Успешная управленческая деятельность при несоответствующем по профилю образованию свидетельствует о наличии у них высокого организаторского потенциала. Однако если деятельность не является успешной, возможно, именно недостаток образования служит одной из главных причин такого положения дел. Немало региональных лидеров пришли в вуз после армии, вечернего обучения или 2-3 лет работы. Это подчеркивает их практическую направленность, целеустремленность и реалистичность. Учеба в вузе после окончания техникума также говорит о практической направленности и высокой мотивации достижений. Аман Тулеев с отличием закончил Тихорецкий железнодорожный техникум в 1964 году, т.е. ему было 20 лет. В 1973 году окончил Новосибирский институт инженеров железнодорожного транспорта по специальности инженер путей сообщения по эксплуатации железных дорог (29 лет). Успешная управленческая деятельность А.Тулеева при несоответствующем по профилю образованию свидетельствует о наличии у него высокого организаторского потенциала. А его учеба в вузе после окончания техникума также говорит о практической направленности и высокой мотивации его достижений.

Трудовой путь наш региональный лидер начинал стрелочником железнодорожной станции "Краснодар-1", далее в 1964 году работал дежурным по станции в поселке Мундыбаш, а с 1969 года - начальником этой станции. С 1973 по 1978 годы работал начальником железнодорожной станции города Междуреченск. «Его высочайшая работоспособность, природная способность находить верные варианты выхода из сложнейших нестандартных ситуаций стали решающими при переходе на должность заместителя, а затем начальника Новокузнецкого отделения Западно-Сибирской железной дороги (с 1978 по 1985)». «Талантливый специалист вскоре пригласили на работу в Кемеровский областной комитет КПСС (1985). В должности заведующего отделом транспорта он оставался таким же энергичным и неуемным».

В 1990 году одержал уверенную победу на выборах в Верховный Совет РСФСР от Кузбасса. «В верховном совете РСФСР Аман Тулеев состоял в депутатской группе «Промышленный союз» и во фракции «Отчизна». «В марте 1990 года А.Тулеев был избран депутатом Кемеровского областного совета народных депутатов, затем его

председателем. Одновременно был назначен председателем исполкома Кемеровского областного Совета, главой исполнительной власти». Затем в Кузбассе было создано общественно-политическое движение "Народовластие. Блок Тулеева". В декабре 1993 года А.Г. Тулеев подавляющим большинством кузбассовцев был избран в состав нового российского парламента, а в феврале 1994 года победил на выборах в Законодательное Собрание области, стал его председателем. В августе 1996 года А.Г. Тулеев был назначен министром Российской Федерации по сотрудничеству со странами СНГ. В 1997 году на первых выборах Губернатора Кемеровской области одержал беспрецедентную победу, набрав 94,5% голосов избирателей. Это все говорит о том, что Аман Тулеев сделал карьеру благодаря силе личности и профессионализму, организаторским умениям и способности достигать значимых результатов.

Как показали исследования, для успешных региональных лидеров типичными являются такие личностные черты, как ответственность, хороший самоконтроль, динамичность, умение принимать нестандартные решения, управленческие умения, способность комплектовать эффективную команду. Именно такими качествами и обладает наш региональный лидер.

Руководители регионов по праву считаются региональными лидерами, в то же время анализ их личностных характеристик, соц.ролей и проявлений лидерского поведения показывает, что их можно отнести к различным типам лидеров.

1. Харизматический лидер – трибун, для публики (в т.ч. популистский): герой-победитель, оракул (предсказатель), миссионер (спаситель), лидер «на веру»;
2. Бюрократический лидер – мастер (умелец), отец (в меньшей степени), миссионер, теневой;
3. Ситуативный лидер – оракул, миссионер.

По мнению экспертов, среди региональных лидеров около 14% харизматических лидеров (трибуны, оракулы, миссионер). Их направленность – ярко выраженная реформаторская. Считанные единицы харизматических региональных лидеров относятся к типу пассионарных, которые являются двигателями прогресса (герой-победитель).

Среди региональных лидеров ситуативными названо около 10%, в основном это оракулы и миссионеры. Встречаются среди них и

бывшие работники правоохранительных органов, сделавшие свою карьеру на волне народного недовольства царящими воровством и беззаконием. В этой группе лидеров преобладают консерваторы, а также запрограммированные на минимальные перемены в силу существующих обстоятельств.

Харизматические и бюрократические лидеры склонны к авторитарному управлению. Авторитарный руководитель сейчас воспринимается как сильная личность, способная навести порядок.

Амана Тулеева можно по праву отнести к харизматическому типу. Это объясняется его качествами такими, как настойчивость, негибкость, справедливость, ответственность, динамичность, умение принимать нестандартные решения, высокие управленческие умения и т.д. Нельзя не заметить преобладание черт лидера-отца. Это подтверждается его небезразличностью к судьбам людей. Также его можно отнести к ситуативному типу лидера, т.к. он прекрасно чувствует и понимает ситуацию и стремится ей соответствовать. Т.о., Аман Тулеев ситуативно-харизматический с чертами лидера-отца.

Таковы обобщенные социально-психологические характеристики личности региональных лидеров, которые дают целостное представление о личностных особенностях политических лидеров.

СЕКЦИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Е.С. Белова *Диплом I степени*

Студентка 1 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ Т.А. Матвеева,
г. Новокузнецк

РЕЧЕВЫЕ БАРЬЕРЫ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В большинстве своем конфликты возникают из-за существующих различных препятствий в общении, возможных коммуникативных помех, искажений барьеров, часто встречающихся в организационном процессе и вызывающих в нем порой сильнейшие «климатические возмущения».

Рассмотрим некоторые речевые барьеры, имеющие место в коммуникациях.

1. **Ошибки, обусловленные восприятием.** Они возникают из-за того, что каждый человек в общении произвольно выделяет моменты, значимые именно для него. Отсюда идет искажение информации, передаваемой адресату, что порождает непонимание и часто приводит к конфликту.

2. **Логические ошибки** возникают из-за того, что у каждого человека существуют различные особенности мышления, что приводит к непониманию людьми друг друга.

3. **Стилистические ошибки** возникают из-за того, что иногда в речи человека форма подачи информации не соответствует ее содержанию (то есть неудачно выбран стиль речи.)

Чтобы избежать таких ошибок, необходимо придерживаться некоторых правил в общении.

Соблюдайте правила «рамки и цепи». Суть первого состоит в том, что начало и конец любой деловой коммуникации должны быть четко очерчены. Это правило исходит из того, что человек обычно запоминает начало и конец речи.

Суть второго: сведения, которые сообщают, должны быть четко выстроены, а не представлять собой груды развалин.

Также необходимо в начале речи заинтересовать собеседника, привлечь его внимание интересными фактами, афоризмами,

примерами, затем от интереса перейти к основным положениям; после основных положений учесть возражения и вопросы слушателя, и обязательно закончить свою речь выводом, итогом или резюме.

4. Статусные ошибки и диспозиционные ошибки возникают из-за различия в профессиональном и организационном статусе коммуникантов.

Действительно, различный уровень жизни, образования, воспитания, культуры и даже социального положения (различное поле опыта) способствует нередко полному непониманию друг друга. Например, руководитель и подчиненный.

5. Семантические (смысловые) ошибки возникают тогда, когда одно и то же слово может иметь несколько значений и оттенков. Например, слово «собака» каждый человек воспринимает по-разному: кто-то при этом представляет животное собаку, а кто-то может в том слове усмотреть оскорбление для себя.

6. Также к числу помех относится и использование обидных слов и выражений в межличностном общении. Сказав собеседнику, что он трус, лентяй, предатель или еще что-нибудь в этом духе не стоит ожидать чего-либо иного, кроме ссоры.

7. Точно к такому же результату приводит и прямое толкование метафор, используемых в разговоре. Обычно многое из того, что мы говорим, носим метафорический характер: «Ну что ты краснеешь, как помидор!» или «У тебя абсолютно отсутствующий вид». Эти выражения нейтральны по своему характеру, но при желании собеседник может усмотреть в них нечто обидное для себя. В таких ситуациях разрешить назревший конфликт без каких-либо потерь поможет использование обратной связи или прямой вопрос к собеседнику, проясняющий, что же он действительно хотел сказать.

8. Серьезный вред общению наносит чистое использование таких слов, как «всегда» и «никогда». По-разному звучат две фразы: «Вы опоздали на занятие» и «Вы всегда опаздываете на занятия». Оперирование этими словами приводит к нарушению логики в общении. Любые обещания или запреты, содержащие эти слова, легко могут послужить помехой контакту. Достаточно напомнить: «Ты же мне обещал никогда этого не делать!»

9. Помехой общению может также служить стремление собеседников приписать другому какие-либо мысли или намерения: «Ты просто думаешь, что я...» или «Вы специально опаздываете,

чтобы посмотреть, как я на это буду реагировать» и т. д. Если даже мысли другого были «прочитаны» правильно, высказывание их вслух обычно воспринимается как стремление унижить собеседника или оказать на него давление, что, конечно, не способствует развитию контакта.

10. Очень осторожно и умеренно в общении следует использовать и прямые приказания. Просьба или рекомендация, обращенная к собеседнику, кем бы он ни был (ребенком, подчиненным, пациентом), вызовет меньшее сопротивление, чем отданный приказ. Такие формы обращения, как «Принеси!», «Замолчи!», «Сделай немедленно!», больно бьют по самолюбию.

11. Следует избегать также фонетических ошибок в речи, повтора слов, использования слов-паразитов («короче», «вот», «ну», «как бы»), а также парафонизмов (звуков-паразитов (э-э-э, ну-у-у)). Все это отвлекает внимание собеседника, раздражает его, и происходит неправильное восприятие и понимание речи.

Чтобы уменьшить барьеры, существующие в общении, для профилактики возникновения конфликтов необходимо следовать так называемым **«правилам эффективных коммуникаций»**. Они состоят в следующем:

1. Необходимо прояснять свои идеи перед началом их передачи. Иными словами, перед началом своего выступления нужно сообщить, о чем вы хотите рассказать слушателям.

2. Старайтесь говорить короткими предложениями (5-9 слов): они более просты для восприятия и понимания.

3. Пытайтесь сделать свой голос более выразительным.

4. Используйте паузы в своей речи.

5. Будьте постоянно готовы к тому, что вас в процессе речевого общения могут не понять и допускайте это непонимание (готовьтесь разъяснять свои мысли).

6. Избегайте в своей речи неопределенных, расплывчатых и двусмысленных фраз, а также профессионализмов (правило конкретности).

7. Контролируйте невербальные сигналы собеседника (мимику, жесты и т.д.).

8. Говорите на языке собеседника, пытайтесь совмещать ваше поле опыта с полем опыта партнера (правило адресата).

9. Избегайте категоричности, допускайте, что ваше мнение могут быть неверным (правило собственной неправоты).

10. Правильно выбирайте место и время коммуникации (правило места и времени).

11. Будьте постоянно готовы к пересмотру своей точки зрения (правило открытости).

12. Следуйте правилам эффективного слушания. Эти правила состоят в следующем:

- Не перебивайте собеседника.
- Дайте собеседнику время высказаться.
- Проявляйте полное внимание к собеседнику.
- Избегайте поспешных выводов.
- Не заостряйте внимание на разговорных особенностях собеседника.
- Ищите истинный смысл слов собеседника.
- Следуйте за главной мыслью, а не отвлекайтесь на частные факты.
- Не монополизируйте темп мышления к речи.
- Пытайтесь установить обратную связь с собеседником (задавайте получателю вопросы, наблюдайте за позами, мимикой и др.).

РЕЗЮМЕ:

1. Нужно искренне стремиться получить дополнительную информацию о мыслях и чувствах партнера безо всякого оценивания;

2. Нужно признавать право собеседника на отличие от ваших представлений, личностных особенностей, вкусов, предпочтений и пр.

Необходимо согласовывать свое вербальное поведение с теми эмоциональными состояниями, которые у вас возникают в ходе взаимодействия.

Е.Г. Калашикова Диплом II степени

Студентка 1 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ Т.А. Матвеева,
г. Новокузнецк

УМЕНИЕ УБЕЖДАТЬ – ЗАЛОГ УСПЕХА ПРЕЗЕНТАЦИИ

Как и другие виды общения, презентация представляет собой далеко не простое явление.

Для нас, будущих специалистов в области сервиса и туризма, важно приобрести навыки речевого общения, и мы сделали попытку найти возможности благотворного воздействия на клиента, чтобы убедить его принять нашу идею и нашу точку зрения.

1. Использование формулы «Свойства товара + связующая фраза + выгода для клиента» может заставить информацию о товаре работать на наши интересы. Пример: Эта гостиница комфортабельная, находится на берегу моря (свойства товара), что «позволит вам», «даст возможность» (связующая фраза) хорошо отдохнуть (выгода для клиента).

2. Использование местоимений *вы, вам, вас* позволит почувствовать клиенту, что вы заботитесь именно о нем. Фразы без личного обращения звучат формально и безлико.

3. В работе с клиентом нужно использовать *убедительные слова*, которые должны сочетаться с индивидуальными особенностями обеих сторон.

Убедительные слова:

Активность. Аромат. Бодрость. Веление времени. Вкус. Восторг. Восхитительный. Выразительный. Гармоничный. Глубокий. Гениальный. Дом. Духовный. Единственный в своем роде. Замечательный. Здоровье. Качество. Красота. Личность. Любовь. Модный. Молодость. Надежный. Настоящий. Натуральный. Незаменимый. Недорогой. Научный. Обходительный. Огромный. Оригинальный. Общительный. Прогресс. Первокласный. Популярный. Предмет гордости. Престиж. Привлекательный. Разумный. Рекомендует. Радость. Развлечение. Роскошный. Сияющий. Спелый. Современный. Стань. Спортивный. Самостоятельность. Уверенность. Шикарный Эксклюзивный. Экономия времени. Экономичный. Эффективный. Элегантный.

Высказывания будут убедительными, если менеджер займет позицию помощника, консультанта. В этом случае эффективны следующие приемы:

1. Прием эмоциональности.

Чтобы эффективно работать с различными клиентами, нужно расширять диапазон эмоций, передаваемых через интонацию (выразительную, оптимистическую, заботливую), делать психологические паузы.

2. Прием: «говорящие руки».

Жесты должны стать продолжением нашей речи, усиливать смысл высказывания. Нужно иметь в арсенале: жест открытых рук; жест, когда руки описывают траекторию от своего «сердца» к «сердцу» собеседника; жесты, помогающие описанию товара; перечисляющие жесты и пр.

3. Использование цифр, конкретных фактов.

Цифры взывают к нашей логике. Использование конкретных фактов и точных цифр позволит нам противостоять различным приемам давления и манипуляции.

4. Наглядность.

Чтобы клиент эффективно перерабатывал предложенную информацию, нужно задействовать не только слуховой, но и зрительный канал, который с помощью прайс-листов, отдельных картинок, компьютерных программ, буклетов, рекламных листовок и т. д.

5. Использование метафор.

Используя метафоры, мы обращаемся к бессознательной эмоциональной сфере нашего клиента. Чем ярче образ, слово или словосочетание, тем большее влияние они оказывают на собеседника, задействуют его эмоциональную сферу.

6. Прием «Картина будущего».

Этот прием требует четкого определения внутреннего мотива покупателя. Если клиент следует за консультантом в предполагаемую картину, следует подтвердить свою реакцию на словах: «Вы согласны со мной, что это важно», «Вам кажется это приятным?».

7. Использование известных имен.

Конкретное имя, фамилия, название фирмы становятся символами «хорошей» жизни для клиента.

8. Прием «вопрос в монологе».

Для менеджера очень важно задавать вопросы, которые заставляют людей искать ответ, включаться в беседу, думать,

рассуждать, проявлять активность. В свою презентацию можно включать вопросы трех типов:

- Зачем этот товар нужен?
- Как им пользоваться?
- Почему так выгодно приобрести этот товар именно у нас?

9. Метод «сократовских вопросов».

Сократ изобрел оригинальный способ убеждения. Он ничего не втолковывал своему собеседнику, а просто задавал ему вопросы. При этом вопрос формулируется так, чтобы он предполагал прогнозируемый ответ «да» или «нет». Три ответа «да» бессознательно заставляют клиента дать положительный ответ на четвертый вопрос.

10. Прием «похвала».

Комплимент, попавший в «яблочко», помогает «закомплексованному» покупателю почувствовать себя более уверенно.

Менеджеру нужно развивать в себе следующие качества:

- хорошо знать приемы продаж;
- тонко чувствовать настроение собеседника;
- любить свое дело/

О.В. Вериго Диплом III степени

Студентка 1 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ Т.А. Матвеева,
г. Новокузнецк

ЭТИКЕТ ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА

Ведение телефонного разговора – это своего рода искусство. Отсюда следует вывод, что знание телефонного этикета и рациональных правил телефонного общения необходимо каждому цивилизованному человеку.

Композиция делового телефонного разговора складывается из следующих моментов:

1. Взаимное представление (20 +/- 5 сек.).
2. Введение собеседника в курс дела (40 +/- 5 сек.).

3. Обсуждение ситуации (100 +/- 15 сек.).

4. Заключительное слово (20 +/- 5 сек.).

* * *

1. Установлении е связи и взаимное приветствие.

Желательно, чтобы лицо, снимающее трубку, отрекомендовалось сразу:

- Инспектор отдела кадров Яковлева.
- Приемная ректора.

Инициатор разговора должен назвать свою фамилию, имя, отчество, организацию и должность:

- Говорит...
- К вам обращается...

При ответе на звонок не следует использовать безличные формы: «Да», «Алло», «Слушаю». Лучше всего использовать нейтральное: назвать имя и фамилию.

Если вы звоните первый раз, то во время разговора запишите имя, отчество собеседника и обращайтесь к нему по ИО.

После взаимного представления следует спросить:

- Вы можете сейчас мне уделить мне время?
- Вы сейчас свободны?

Установление связи воспроизводится в течение всего диалога с помощью реплик:

- Совершенно верно.
- Все понятно.
- Верно.
- Правильно.
- Так, так...
- Интересно.

2. Введение в курс дела и постановка вопроса.

Началом телефонного диалога служит изложение причины, побудившей обратиться с вопросом:

- Мне поручено...
- Прошу дать справку...
- Не могли бы вы...

Основной источник помех – неумение формулировать вопрос. Если необходимо узнать подробности, обстоятельства и детали проблемы, то рекомендуется задавать вопросы типа: Что? Когда? Почему? Как? Где? Кто? Зачем?

Помните: короткие вопросы легче воспринимаются, чем длинные. Следите, чтобы разговор по телефону не переходил в монолог.

Заключительные слова

Этикет требует, чтобы заключительные слова произносил инициатор телефонного разговора, тем самым показывая, что он получил ответ на все интересующие его вопросы.

Лицо, которому позвонили, не должно проявлять нетерпение и «закруглять» разговор, так как, возможно у позвонившего еще остались вопросы. Полагается, чтобы мужчина опускал трубку после того, как это сделает женщина; а молодой человек после того, как это сделает собеседник, старше его по возрасту или положению.

Кроме обязательной этикетной рамки представления абонентов, к этикетным ритуалам относятся:

1. Постоянные просьбы, вызванные разными причинами:

- Вы не могли бы позвонить попозже?
- Вы не могли бы говорить погромче?
- Передайте, пожалуйста, Н. Н., что звонили из «Трансавио» по вопросу текущих платежей.

2 Фразы благодарности: «благодарю за звонок, за ценную информацию, за участие, за совет и т. д.

3 Извинения: извиняются за несанкционированный звонок; за звонок в нерабочее время; за прерывание разговора по каким-либо причинам; за неверное соединение и др.

- Это 74-52-91? Извините, я ошибся.
- Извините за затянувшийся разговор.

4 Пожелание в конце беседы. Как правило, это стандартные фразы: «Всего доброго», «Всех благ», «Удачи вам», «Разрешите пожелать осуществления всех ваших планов».

5. Ответы на вопросы: «Хорошо, передам», «Да, пожалуйста», «Нет, не трудно».

6. Ответы на слова благодарности: «Мне приятно это было сделать для вас», «Ну что вы? Это моя обязанность».

7. Ответы на извинения: «Все в порядке», «Не беспокойтесь по этому поводу», «Ничего страшного».

8. Ответные пожелания: «И вам всего доброго», «До встречи», «До свидания», «И вам всех благ».

Этикетная лексика представляет значительную часть всего лексического состава устной диалогической речи.

Этикетные формулы выполняют роль контактоустанавливающих средств: С вами говорит Иванов, представитель фирмы «Заря». Я хотел бы поговорить с г-ном Петровым.

Они же выполняют

- функцию волеизъявления, выражающуюся в просьбах, приглашениях, разрешениях предложениях и т. д.: «Звоните!»
- эмотивную функцию, связанную с выражениями эмоций: «Очень приятно!», «Очень рад!»

Этикетные фразы регулируют подачу информации: «Спасибо. Это все, что я хотел узнать».

Таким образом, этикет не только регулирует отношения, но и является средством рациональной организации телефонного диалога.

СЕКЦИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Д.В. Дубкова Диплом I степени

Студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ И.А. Галкина,
г. Новокузнецк

АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, СОДЕРЖАЩИЕ В СВОЕЙ СЕМАНТИКЕ ЭЛЕМЕНТ ЦВЕТОБОЗНАЧЕНИЯ, ПРИ ПРАКТИЧЕСКОМ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКИ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Фразеология - наука об устойчивых сочетаниях с полностью либо частично переносным значением. Термин фразеология (от фр. *phrasologie*) введен швейцарским ученым Ш. Балли Фразеологизмы - особый тип сочетаний.

Основной целью настоящей работы является анализ особенностей перевода на русский язык фразеологизмов, содержащих в своей семантике элемент цветоименования.

В словаре любого языка насчитывается достаточно ограниченное количество имен цвета (обычно 100-150). При этом глаз человека способен различить во много раз больше цветов (до 100 000 оттенков). Английские ученые Берлин и Кей изучали этимологию цвета и пришли к выводу, что 95% цветов происходят от названий предметов. И лишь 5% слов не имеют четкой этимологии. Например, термин «алый».

Итак, существует единый набор из 11 базовых цветов для всех выбранных языков: белый, черный, красный, зеленый, желтый, синий, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый, серый.

Условно все фразеологизмы можно разделить на группы:

1. исконно английские фразеологизмы. Такие фразеологизмы связаны с обычаями и традициями английского народа. Например, Blue stocking (презр.) - синий чулок («собранием синих чулок») был назван адмиралом Босковеном один из литературных салонов середины 18 века в Лондоне; причиной тому послужило появление известного ученого Бенджамина Спеллингфлита в этом салоне в

синих чулках). Сейчас так принято называть женщину, срывающую сухой педанткой, лишенной женственности.

2. межъязыковые заимствования, т.е. фразеологизмы, заимствованные из иностранных языков путем того или иного вида перевода. Большое число английских фразеологизмов связано с античной историей и культурой. Например, the golden age - золотой век (обозначает период расцвета культуры и искусства. В истории Англии золотым веком называют 18 век, период господства классического направления в искусстве). В английском языке имеется всего несколько фразеологизмов, пришедших из испанского языка и культуры: blue blood - голубая кровь, аристократическое происхождение, что с испанского la sangre azul.

3. внутриязыковые заимствования, т.е. фразеологизмы, заимствованные из американского и других вариантов английского языка. Например, выражения: a/ the green light - зеленая улица, свобода действий; paint the town red - предаваться веселью, кутить; a red cent - медный грош.

А также Библия является важнейшим литературным источником фразеологических единиц. A whited sepulcher - гроб повапленный. В современном языке фразеологизм прижился в значении «лицемер, двуличный человек».

По числу фразеологизмов, обогативших английский язык, произведения Шекспира занимают второе место после Библии. Число их свыше 100. Из трагедии «Отелло»: the green-eyed monster (книжн.) – «чудовище с зелеными глазами», ревность.

Нужно отметить, что кроме Шекспира многие другие гениальные писатели обогатили английский язык, такие как Джеффри Чосер, Джон Мильтон, Джонатан Свифт, Чарльз Диккенс, Вальтер Скотт и другие.

Анализируя фразеологизмы, можно выделить три группы.

1. полные эквиваленты, т. е. фразеологизмы, имеющие одно значение, одну и ту же стилистическую окраску и внутреннюю форму. Например, black as coal (as ink, as night) - черный как уголь, (как чернила, как ночь).

2. неполные, или частичные, эквиваленты. Это такие фразеологизмы, которые обладают сходным значением, но иным характером образности внутренней формы. Paint a black picture - в черном цвете. Grey cells/ matter - «серое вещество», мозговые извилины.

3. безэквивалентные фразеологизмы. A black eye - «синяк под глазом». Be in the black - «быть в прибыли».

И в заключении хотелось бы подчеркнуть, что наибольшее количество фразеологизмов, содержащих в своей семантике цветообозначения «черный», «красный», «синий». Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что чем древнее термин цветообозначения, тем вероятней его нахождения в структуре большого числа фразеологизмов.

Д.И. Дробышева, Е.С. Мисько Диплом II степени

Студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ В.П. Евстифеева,
г. Новокузнецк

РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ И ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ В НЕМЕЦКОЙ, ФРАНЦУЗСКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ РЕКЛАМЕ КАК СРЕДСТВО ПОЗНАНИЯ КУЛЬТУРЫ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

В настоящее время все более очевидным становится тот факт, что человечество развивается по пути расширения взаимосвязи, взаимозависимости и взаимопонимания различных стран, народов и их культур.

Одной из форм существования социально-речевой среды и средством отражения иноязычной действительности являются товарные знаки и рекламные тексты средств массовой коммуникации, которые играют роль источника информации о национально-культурной специфике народа -носителя языка и служат для обмена информацией в процессе социальной деятельности людей и их речевого общения.

Изучение рекламы не может быть отделено от ее культурного контекста. Когда видишь рекламу страны, лучше понимаешь эту страну.

Французской рекламе особенно характерны рекламные тексты, которые благодаря яркой эмоциональной окраске французского языка не только отражают и поддерживают существующие

ценностные ориентации, они пытаются насаждать новые вкусы и отношения, формируя определенные устойчивые образы, на подражание которым ориентируются люди.

Вот например реклама новой модели автомобиля: «Autoportrait d'un hedoniste. Des voitures d'exception, j'en ai aimees. Longs capots, grosses cylindrees, accelerations et rugissements. Italiennes, anglaises, allemandes, j'en ai souvent change. Juste pour le plaisir. Pour la sensation du cuir neuf, pour leurs lignes racees, ou pour la derniere innovation technologique. Aujourd'hui, meme si j'aspire a plus de confort et de facilite de conduite, je n'ai pas renonce a mes amours mecaniques. Ma philosophie est toujours la recherche du plaisir. Je vais avoir une NSX.»

Что в переводе на русский звучит так: «Автопортрет гедониста. Эксклюзивные автомобили, я их всегда любил. Длинные капоты, большой объем цилиндров, рев двигателя и высокие скорости. Я их постоянно менял -итальянские, английские, немецкие. Исключительно ради удовольствия. Чтобы почувствовать новую кожу салона, ощутить национальные черты и последние технологические инновации. Сегодня даже если я стремлюсь к большему комфорту и легкости бытия я не отказываюсь от своей любви к автомобилям. Моя философия это постоянный поиск удовольствия. У меня будет NSX»

Что касается англоязычной рекламы, здесь большой интерес представляют английские товарные знаки.

Задача товарного знака - привлечь внимание покупателя, способствовать скорейшему сбыту маркируемого товара.

Как правило, английские товарные знаки не просто информируют о возможных достоинствах, но и пытаются внушить покупателю веру в исключительные качества предлагаемого товара.

Например: товарный знак моющего средства ALL «все, весь» содержит намек на то, что он удаляет *всю* грязь при стирке, что оно может быть использовано для *всех* видов ткани, что годится для *всех* видов стиральных машин и т.д.

Создатели товарных знаков тщательно учитывают вкусы, привычки, склонности возможных групп покупателей. Это положение можно проиллюстрировать примерами различных английских названий мужского одеколona. Основная масса названий содержит намек на мужественность, суровость, грубую силу: MAN'S

MAN (мужественный человек), BLACK KNIGHT (черный рыцарь), WHITE HUNTER (белый охотник), JAGUAR (ягуар).

А для немецкоязычной рекламы особенно характерно использование собственной фамилии на товарном знаке или в рекламном тексте - один из наиболее старых обычаев, давно вошедший в практику.

Часто сам рекламируемый продукт и человек, имя которого он носит, имеет свою интересную и долгую историю, иногда такую долгую, что сейчас называя известные и привычные нам продукты мы даже не знаем, что они названы именем собственным. Этому в подтверждение можно привести высказывание немецкого поэта Гете, что «Name Schall und Rauch ist» — «Имя это звук и запах».

Например кто знает, что «Кнорр» это Carl Heinrich Knorr, который родился в Германии еще в 1800 году. Человек, которому первому пришла мысль продавать продукты в отдельных упаковках, готовыми к употреблению. Мы с удивлением открываем для себя, что продукции «Кнорр» уже почти 200 лет.

В настоящее время фирма «Кнорр» считается ведущим предприятием в мировой пищевой промышленности. Можно сказать, что сейчас «Кнорр» просто купается в мировой славе.

Итак в общем, рассматривая рекламные тексты и товарные знаки как средство познания культуры, необходимо выделить трудности понимания текстов рекламы и товарных знаков, а именно: лингвокультурологические (наличие самой разнообразной фоновой информации); собственно лингвистические трудности (неологизмы, разговорный язык, символы, специфическое словообразование, аббревиатуры и т.д.); своеобразие грамматической структуры, риторика изображения и т.д.

К сожалению, реклама не позволяет углубиться более подробно в суть вопроса и мы коснулись лишь немногих и очень общих его аспектов, но несомненно это очень интересная тема и актуальность ее очевидна как в изучении иностранных языков так и в подготовке кадров непосредственно нашей специальности «Социально-культурный сервис и туризм».

Е.А. Балашова.

Студентка 1 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ И.А. Галкина,
г. Новокузнецк

ЛЕКСИКА АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ В ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЕ СТРАН ИЗУЧАЕМОГО ЯЗЫКА

Американский вариант английского языка часто называют упрощенным. Очевидно, это довольно точная его характеристика. Простым, часто малообразованным или неграмотным людям из разных стран, прибывшим в Новый Свет в поисках счастья, нужен был простой и доступный способ общения, объединяющий элемент, который помог бы преодолеть национальные различия. Таким элементом и стал преобразованный английский язык.

Было выявлено, что пополнение словарного состава английского языка в Америке шло двумя путями:

1. За счет образования новых слов и устойчивых словосочетаний и переосмысления старых;
2. Методом заимствований из других языков.

Заимствования происходили из языков, с носителями которых англичане, перелившиеся на территорию Америки в 1607г., приходили в соприкосновение и путем образования новых слов, обозначающих новые понятия, из материала английского языка.

Характерной чертой лексики американского английского является наличие и образование большого числа различного рода сокращений и слов-слитков. Это можно подтвердить следующими примерами:

OK, NG (зарегистрированные словарями еще в 1840 г.), DP (displaced person), FEAF (Far East Air Forces); Janfu (Joint Army Navy Foul-up); CINCPAC (Commander-in-Chief Pacific Ocean Area), COMSUBDIV (Commander Submarine; Division, tangemoh (tangerin + lemon); orangelo (orange+ pomelo).

И британский английский и американский английский язык имеет общее происхождение на английском языке времени Шекспира, то есть начала 17-ого столетия. Со временем значения некоторых слов менялись, интересной особенностью является тот факт, что некоторые из них стали устаревшими в Великобритании, в то время как они все еще использовались в американском английском языке.

Помимо заимствований от различных языков и новых значений слов, которые появились из-за развития американских образов жизни, американский английский язык содержит архаичные особенности языка, которые исчезли в Англии непосредственно. Но часто, архаичное выживание в Америке может быть все еще найдено в английских местных или региональных диалектах.

Экспансия на запад и так называемая «золотая лихорадка» (gold rush) оставили заметный след в лексике и, в особенности, во фразеологии английского языка в США.

Большинство новообразований в лексике американского английского относится к сленгу (slang), получившему широкое распространение в США. Слова и выражения сленга выходят за пределы литературной нормы: они являются синонимами к общеупотребительным наименованиям, имеют фамильярно-разговорную, а иногда даже вульгарную окраску и употребляются, как правило, в фамильярно-разговорном стиле речи. Американец обычно использует их в своей речи, считая, что это делает ее более живой и красочной. Многие из таких слов действительно отличаются большой выразительностью и образностью.

Американский вариант английского языка сформировался на основе разговорного английского языка торговцев и простого народа. Это говорит о том, что он неизбежно должен был стать проще в письме, произношении и грамматике. И так же неизбежно впитать в себя элементы других языков. Наше исследование показало, что в отличие от британского варианта английского языка, американский вариант английского языка более гибкий, открытый к изменениям и легкий для восприятия. Но, несмотря на это, американский английский – это всего лишь **диалект**, а не самостоятельный язык. Он образовался на основе **стандартного английского языка**, именно он дал ему жизнь.

СЕКЦИЯ ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКИ

Н.В. Косинова

Студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ А.С. Моисеева,
г. Новокузнецк

РОЛЬ КОНФЛИКТА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Конфликты являются вечным спутником нашей жизни. И потому даже самая последовательная политика гуманизации на предприятиях и в учреждениях и лучшие методы управления не защитят от необходимости жить в условиях конфликтов.

Слово “конфликт”- латинского корня и в буквальном переводе означает “столкновение”. В основе любого конфликта лежит противоречие, которое ведет обычно либо к конструктивным (например, к усилению групповой динамики, развитию коллектива), либо к деструктивным (например, к развалу коллектива) последствиям.

Если обратиться к толковому словарю русского языка Ожегова, то «конфликт» - это столкновение, серьёзное разногласие, спор.

Актуальность: На любом уровне, в любом звене управленческой деятельности, каких бы масштабов она ни достигала: от маленькой организации, состоящей из нескольких человек, вплоть до многомиллионных государств, - людям, осуществляющим процесс управления, приходится сталкиваться с конфликтами. Это ставит их перед необходимостью овладеть умениями и навыками управленческого воздействия на разворачивающиеся конфликтные противодействия.

Базисным для управления конфликтными ситуациями является понимание социального конфликта как такого типа социальных взаимодействий, который характеризуется противоборством социальных субъектов (индивидов, групп, общностей, партий, стран и т. д.), обусловленным противоречием их потребностей, интересов, целей, а также социальных статусов, ролей и функций, и ориентированным на достижение вознаграждения путем навязывания своей воли, подчинения, ослабления, устранения, а в некоторых

случаях и уничтожения соперника, стремящегося добиться того же вознаграждения.

Цель: проанализировать роль конфликта в современной организации;

Задачи: 1) изучить причины конфликта;
2) выявить пути разрешения конфликта.

Очень важно определить причины конфликта, так как зная причины возникновения того или иного феномена, легче предпринять какие-то конкретные шаги по блокированию их (причин) действия, предотвращая тем самым вызываемый ими негативный эффект.

Рассмотрим перечень причин возникновения конфликта, предложенный специалистом в области управления персоналом Кричевским Р. Л.

Весьма условно он может быть представлен в виде трех основных групп причин: во-первых, причин порожденных трудовым процессом; во-вторых, причин, вызываемых психологическими особенностями человеческих взаимоотношений; в-третьих, коренящихся в личном своеобразии членов коллектива. Встречаются также причины конфликта, обусловленные экономическим состоянием жизни в нашей стране, которые нельзя игнорировать.

Для менеджера, оказавшегося перед необходимостью оказать управленческое влияние на возникшее конфликтное противодействие важно знать основные принципы социальной технологии управления конфликтом, позволяющие лучше *организовать и контролировать свое поведение в случае межличностного конфликта.*

Во-первых, необходимо на всех *стадиях конфликтного взаимодействия сохранять спокойствие и хладнокровие.* Конечно, вы не в состоянии полностью контролировать возникающее эмоциональные состояния оппонента, Но если вы сами остаетесь спокойными, то уже сам этот факт будет побуждать другую сторону к сдерживанию эмоций и к серьезному обсуждению спорного вопроса. Если вы в ответ на резкие высказывания оппонента отреагируете грубым выпадом, унижением его достоинства, то тем самым вы подбросите горячее в огонь противоборства. Помните: вам необходимо выяснить причины конфликта и возможные пути его разрешения, поэтому избегайте эмоционально-оценочных

комментариев по поводу этих причин и вероятных путей, предлагаемых соперником.

Во-вторых, попытайтесь как можно быстрее и точнее определить: в чём состоит *суть возникшего конфликта* и его *основная причина*. Вы не сможете продвигаться к разрешению конфликта до тех пор, пока точно не выясните, с чем имеете дело. Конечно, не исключены эмоционально-личностные всплески у вашего партнера, но вам надлежит воздерживаться от таковых и не становиться в защитно-агрессивную позу. Следует выработать в себе привычку реагировать на актуальную часть критических высказываний и, по возможности, не реагировать на оценочную. Такой подход позволит не принести в жертву рассмотрение ваших приоритетов в конфликтной ситуации.

В-третьих, следует избегать *столкновений личностного тана с контрагентом* по конфликтному взаимодействию. Желательно избавиться от стремления (очень часто проявляющегося в межличностных конфликтах) *концентрировать внимание на антипатичных вам личностных особенностях партнера*. Взамен этого концентрируйте внимание на *выявление интересов и потребностей обеих сторон – и ваших, и оппонента*. Конечно, партнер, с которым вы имеете дело может оказаться трудным, жестким, неуступчивым. И если это так, то любая трудность, отягощенная личностным недоброжелательством, будет только сильнее выявляться из-за того что вы оказались недостаточно терпеливым.

В-четвертых, необходимо тщательно *выбирать слова и выражения, избегать таких из них*, которые несут в себе негативное эмоционально-оценочное содержание. Не забывайте, что оценки вашего партнера в выражениях *«недостаточно компетентен», «плохо информирован», «неблагоразумен», а тем более «ничтожество», «недопен»* и т.п., несут в себе принижение личности человека и, как правило, провоцируют ответные защитные реакции, что способно обострить конфликт, увести соперничающих партнеров в сторону от существа дела.

В-пятых, внимательно вслушивайтесь в то, что предлагает партнер, старайтесь проникнуть в смысл не только слов, но и чувств, стремлений, которые могут стоять за словами оппонента. Это даст возможность выяснить позицию, точку зрения и интересы оппонента в связи с вашими собственными. Одновременно давайте

возможностями сопернику лучше понять ваши позицию, интересы и приоритеты, что поможет успешно разрешить конфликт.

В-шестых, на всем протяжении конфликтного процесса целесообразно *оставаться открытым к рассмотрению взаимных претензий и предложений*. Чтобы найти пути урегулирования конфликтной ситуации, ищите области взаимных интересов и возможных компромиссов. Чем больше вы будете отстаивать только свою позицию, не считаясь с пи сами оппонента, тем большее сопротивление встречи противоположной стороны. Если же вы вместо выдвижения на первый план и расходящихся позиций сосредоточите основное внимание на отыскании сферы общих интересов, которая позволит выявить ресурсы, чтобы преодолеть барьеры, разделяющие обе стороны, то сумеете обнаружить, что можно сделать некоторые уступки и в то же время сохранить возможность получить что-то (а может быть, даже и все) из того, чего вы хотели достичь.

Разумеется, *уверенность в себе в конфликтном противостоянии* является многоплановым социально-психологическим феноменом, детерминируемым как личностными особенностями данного субъекта, его жизненным опытом, социальным статусом, так и умением правильно определить личностное своеобразие противостоящего ему конкурента. В определении же последнего важную роль играет знание основных типов личности и умение применить такое знание к анализу конкретной конфликтной ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благодаря существующим установкам на конфликт как отрицательное явление большинство людей считает, что они не могут им управлять и стараются их избежать, когда это возможно. Но конфликт плохо поддается коррекции, когда он уже приобрел разрушительную силу. Это нужно знать, и менеджеры и служащие должны понимать, что конфликт обогащает жизнь, если им правильно управлять.

Конфликт помогает отдельному рабочему коллективу и организации в целом быть в русле происходящих событий, он позволяет определить, что нужно для развития и усовершенствования всех сфер. Умение управлять конфликтом может стать решающим для выживания коллектива в целом.

Конфликт также ставит служащих перед необходимостью постоянно общаться друг с другом и знать друг о друге чуть больше. Члены коллектива начинают лучше понимать своих коллег, становятся более чувствительными к проблемам других людей. Люди наконец оценивают необходимость понимания норм и желаний другого и невозможность быть свободным от общества, живя в нем.

Жить и работать вместе - непросто, и этому нужно специально учиться. Конфликт, порождая споры, проверяет и весь коллектив, и каждого служащего в отдельности, и может существенно помочь и в процессе разбора проблемы, и выработке решения.

Сам по себе конфликт не усиливает и не ослабляет организацию. И служащие, и менеджеры должны управлять им, делая максимально полезным. Если же они избегают обсуждения своих трудностей и опасений, они не могут понять ни реального состояния, ни путей развития, ни извлечь уроков для себя и для других.

Если же умело управлять конфликтом, он укрепляет и коллектив и организацию в целом.

Ю.И. Шипунова

Студентка 4 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ, Ю.В. Андреева, г. Новокузнецк

ПРОЯВЛЕНИЕ МАНИПУЛЯЦИЙ СО СТОРОНЫ РУКОВОДИТЕЛЯ

Каждый день мы все находимся под прессингом того или иного влияния со стороны других людей. И каждый из нас сознательно или бессознательно влияет на поведение других людей, побуждая их к действиям или определенным мыслям. Нет такого человека, который хоть чем-нибудь не оказывал бы никакого влияния на других. Влиять можно не только вербальной речью, но и позой, жестами, глазами, одеждой, офисом, дачей, целым образом жизни и многим другим. «А он стильно одевается», - размышляем мы, и наши запросы относительно собственного стиля в одежде повышаются. Это ли не порция влияния, которую мы получаем от кого-то, порой даже не осознавая этого.

Причины и последствия манипуляции сегодня изучают многие психологи, для того чтобы не попасть под влияние другого человека. Вопросы о манипуляции очень актуальны на сегодняшний день, так как мы встречаемся с ней на каждом шагу. Мы сталкиваемся с ней на работе, на улице, дома, в магазине и других местах.

Манипуляция - это часть технологии власти, а не воздействие на поведение друга или партнера. Манипуляции используются нами постоянно. Иногда мы не отдаем себе отчета в том, что занимаемся именно манипулированием, иногда делаем это сознательно. Манипуляции могут проводиться как во вред манипулируемому, так и на пользу ему. Все зависит от морали манипулятора. Если его цель - получить личную выгоду за счет жертвы, то аморальность очевидна. Когда же, например, родитель незаметно для ребенка направляет его действия в нужное русло - такая манипуляция полезна, поскольку она не травмирует ребенка. Примеров манипуляций существует великое множество. Проводятся они по определенным схемам, одинаково действующим как в деловом, так и в бытовом общении

Первоначальное значение слова "манипулятор" означает цирковой артист, фокусник, который хорошо действует с предметами при помощи рук. Но теперь слово "манипулятор" или "манипуляция" часто встречается и в обыденной жизни. И это не случайно, с нами производят незаметные действия, но уже не руками, а словами и даже невербальными способами общения. Все бы ничего, но манипуляция плоха тем, что она не дает нам времени подумать и сделать свой выбор.

Возможно, это будет удивительно услышать, но все мы были манипуляторами, но в детстве. Мы подобно фокусниками манипулировали нашими родителями, потому что сами не могли или не хотели. Но многие поняли, как это губительно: перекладывать все на другого человека.

Теперь еще одно открытие - мы сами способствуем проявлению манипуляции. Например, нетерпение родителя, когда ему самому легче решить задачу за ребенка, чем долго и нудно ему объяснять. Во-вторых, это наше любопытство: сидим с открытыми ртами, слушаем последние сообщения. Или ложный стыд в магазине, наша мягкость и уступчивость с малышом. Но мы можем контролировать проявление манипуляции.

Тип манипулятора	Описание	Речь	Внутреннее состояние
ОБВИНИТЕЛЬ	<p>Хозяин, начальник, шеф.</p> <p>Ведет себя так, будто бы он – самый главный и от него зависит все.</p> <p>Говорит громким напряженным голосом, обычно в приказном тоне.</p>	<p>Характерные слова:</p> <p>«все»</p> <p>«каждый»</p> <p>«любой»</p> <p>«всегда»</p> <p>«неужели ты не ...»</p> <p>«почему ты не ...»</p> <p>«надлежит»</p>	<p>Скрываемый комплекс неполноценности, одиночество, неуверенность, потребность в самоутверждении за счет других.</p>
УГОДНИК	<p>Всегда заискивает, благодарит, извиняется, со всем согласен.</p> <p>Демонстрирует свою беспомощность, зависимость от других, чувство вины за все происходящее, куда уж мне...».</p>	<p>Характерные слова:</p> <p>«если бы только»</p> <p>«мог бы»</p> <p>«был бы»</p> <p>«ничего не поделаешь» (сослагательное наклонение).</p>	<p>Неуверенность в себе: «Ничего у меня не получается, я ни на что не гожусь».</p>
РАЗРУШИТЕЛЬ	<p>Никогда не говорит и не делает ничего конкретного, на вопросы</p>	<p>Частая смена стилей, отсутствие четкого содержания.</p>	<p>Не знает, за что взяться, чувствует свою никчемность, бессмысленно</p>

	отвечает невпопад, в разговоре «перескакивает » с одного на другое.		ть своей деятельности.
КОМПЬЮТЕР	Всегда корректен и сверхразумен, не эмоционален, хладнокровен, сдержан, собранный.	Интонации монотонны, речь часто абстрактна. Характерные обороты речи: безличные («как можно заметить» вместо «я вижу»).	Острое ощущение своей уязвимости.

Следует помнить, что с разоблаченным манипулятором в дальнейшем общении, как правило, не допускают откровенности, относятся к нему с некоторым предубеждением и подозрением и, как показывают современные исследования, редко оценивают как человека нравственного.

Мы не только чувствуем на себе влияние манипуляции и стараемся адекватно реагировать на нее, но и часто сами прибегаем к ней. Если вы ощутили на себе воздействие манипулятора, будь то ваш подчиненный или случайный знакомый, помните, что в ваших силах противостоять и направить ситуацию в нужное русло. Быть может, вам самим сейчас придется прибегнуть к манипуляции.... Главное, помните, что всегда найдутся люди, которые смогут оценить ваше мастерство, но они же могут отплатить вам той же монетой.

О.В. Манская

Студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: ст. преподаватель ГУ КузГТУ, С.Б.

Овсянникова, г.Новокузнецк

ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

В мире постоянно растет роль информации, поэтому такая информационная структура, как имидж неизбежно привлекает внимание. Рыночные отношения, развитие конкуренции во всех областях жизни привели к актуализации этого понятия как преднамеренного создания образа в сознании людей, как эффекта личной презентации. Работа по созданию имиджа позитивно отражается на личностную и профессиональную характеристику делового человека, появлению желания сотрудничать с ним и с фирмой, которую он представляет. Привлекательный имидж это фактор, определяющий деловой успех. Успех в бизнесе зависит от компетентности делового человека, его профессионализма, активности и многих-многих других факторов.

Косвенные факторы также влияют на успех, и внешний облик делового человека - именно тот фактор, который тоже определяет эффективность деловых связей, успех в деловых контактах и способствует созданию необходимой рабочей атмосферы.

Внешний вид и манеры - это то, что окружающие его партнеры по бизнесу видят и оценивают сразу, пока еще не состоялось обсуждение предполагаемых сделок, пока еще не лежит на столе проект договора.

Каждая профессиональная группа людей имеет свой неписанный кодекс поведения, манер, внешнего вида - государственные служащие, актеры, студенты и т.п. Бизнесмены имеют также определенный стиль в одежде и манерах.

Наблюдая заседание совета директоров, сотрудников, обслуживающих экспозицию своих фирм на ярмарке, деловые совещания и т.п., можно отметить, что подавляющее большинство присутствующих одеты в "одном ключе": приблизительно одинаковый цвет костюма, схожий рисунок на ткани галстука, похожие манеры.

Имидж – это набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с индивидуальностью. Понятие имиджа синонимично персонификации и включает не только естественные свойства личности, но созданные специально человеком. Имидж – целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально – психологическое воздействие на кого–либо в целях популяризации, рекламы.

Авторы, изучающие имидж выделяют различные характеристики, определяющие составные компоненты имиджа. Среди них выделяют внешнюю привлекательность, легкая адаптация к условиям, умение сохранять уверенность в сложной ситуации, склонность к общению доброжелательность.

Существуют три подхода к психологии имиджа: функциональный, использующий разные типы имиджа, исходя из типа функционирования; контекстный по способам применения, в котором он функционирует; сопоставительный – при котором идет сравнение близких имиджей

Основополагающими компонентами имиджа делового человека являются: внешний облик, включающий элегантную одежду, привлекательную прическу, впечатляющие аксессуары; тактику общения, предусматривающую избегания конфликтов, умения слушать и слышать партнера; правильно построенная и грамотная речь, представленная как в устной, так и в письменной форме; знание норм невербального общения и использование их в процессе делового контакта; уважение собеседника и окружающих, естественность в поведении.

Таким образом, имидж это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, в умении показать себя в обществе, и правильно построенный образ во многом определяют успех человека в профессиональной деятельности.

Е.А. Неретина

Студентка 2 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: старший преподаватель ГУ КузГТУ,
С.Б. Овсянникова, г. Новокузнецк

ИСКУССТВО ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Деловые переговоры – важный элемент делового взаимодействия, который заключается в умении владеть тактикой и техникой ведения контакта, умением расположить к себе собеседника и отстоять свою позицию, не приводя к конфронтации. Навыкам ведения деловых переговоров мы обучаемся на предмете «Деловое общение», который позволяет овладеть теоретической базой и практическими способами применения данных форм делового общения. На практических занятиях нами разрабатываются все формы делового общения, а именно, деловая беседа, деловое совещание, деловые переговоры, которые помогают, еще обучаясь в учебном заведении, проанализировать ошибки, которые мы должны избегать уже в ведении переговорной стратегии в своей профессиональной деятельности. Проанализировать эти моменты мы можем благодаря использованию на практических занятиях видеокамеры, фиксирующей ход нашего общения.

Переговоры – это деловое взаимное общение с целью достижения совместного решения. На протяжении всей жизни мы ведем переговоры, обмениваемся обязательствами и обещаниями. Всякий раз, когда людям нужно прийти к согласию, они должны вести переговоры.

Переговоры протекают в виде деловой беседы по вопросам, представляющим интерес для обеих сторон, и служат налаживанию кооперационных связей. Деловые переговоры строятся по определенным этапам: подготовка переговоров, включающая в себя анализ проблемы и планирование переговоров; ведение переговоров, предусматривающая приветствие и введение в проблематику, характеристика проблемы и предложения о ходе переговоров, изложение позиции, ведение диалога, решение проблемы и завершение.

Выделяют три способа ведения переговоров – это мягкий подход, позволяющий избежать личного конфликта и ради достижения

соглашения с готовностью идти на уступки; жесткий подход, при котором каждая сторона настаивает на своей позиции, не желая уступать, и принципиальные переговоры, предусматривающие мягкий подход к отношениям между участниками переговоров, но жесткий подход к рассмотрению сущности дела.

В процессе переговорной ситуации могут возникать ошибки и недостатки, которые не учитывают различные психологические и объективные аспекты. Для избежания данных ситуаций необходимо сосредоточиться на интересах, а не позициях сторон, соблюдать срок договоренности, побуждать, как можно больше высказываться вашего партнера, подкреплять свои высказывания визуальными средствами, выражаться конкретно, а не отвлеченно, излагая информацию, делать небольшие паузы, помогающие вашему партнеру проанализировать ранее высказанную информацию.

В процессе ведения деловых переговоров могут быть использованы разнообразные методы ведения переговоров, а именно, вариационный метод, позволяющий использование альтернатив при принятии решений; метод интеграции, помогающий убедить партнера в необходимости оценить проблематику переговоров с учетом общественных взаимосвязей и потребностей развития кооперации; компромиссный метод, при котором партнеры идут на компромисс, для того чтобы избежать конфликтных отношений, и разрыва контакта. Большое значение играет спокойное общение, при котором происходит контроль своих эмоций и избегание неблагоприятных ситуаций.

Таким образом, деловые переговоры это важная форма делового общения, помогающая деловым людям найти наиболее приемлемый способ принятия решения в своей профессиональной деятельности.

С.А. Новожилова

Студентка 4 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ Ю.В. Андреева,
г. Новокузнецк

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ

Социализация

Формированию социальной ответственности предшествует явление "социализации". Социализация — это результат включения человека в социальные отношения, благодаря которым усваивается социальный опыт, а затем воспроизводится в деятельности. Индивид никогда не смог бы стать личностью, если бы не был необходимым образом социализирован. Поэтому сказка о Маугли остается только сказкой. Психологи рассматривают социализацию как одно из необходимых условий развития личности, но это не значит, что развитие личности можно свести только к социализации. Находясь в социуме, человек приобретает необходимые знания, умения и навыки общения с людьми в процессе воспитания и обучения. Социальная ответственность связана с выполнением общих правил, которые усваиваются человеком.

Социальные нормы поведения формируются постепенно в процессе взросления, начиная с детского возраста. Постепенно из внешних требований они становятся внутренними, психологическими образованиями.

Социальная ответственность служит средством внутреннего контроля личности (его называют самоконтролем), т.е. психологической регуляции деятельности, которая осуществляется сознательно и добровольно.

Осознание человеком необходимости социальной ответственности связано с действием различных факторов: познавательных, мотивационных, ситуационных, характерологических, личностных и других.

Параметры социальной ответственности

Многосторонний характер деятельности человека порождает различные виды ответственности: за техническое состояние какого-либо объекта, за сохранность флоры и фауны на закрепленной территории, за результаты деятельности подчиненных людей и т.д.

Социальная ответственность возникает при выполнении служебных, семейных, гражданских, общественных и личных обязанностей. Она отражает склонность личности придерживаться в своем поведении общепринятых в обществе социальных норм и отвечать за результаты их исполнения. Примером может служить «Клятва Гиппократата» — общепринятая норма социальной ответственности для врачей перед пациентами. Социальная ответственность может быть индивидуальной, групповой и общественной. Она неразрывно связана с реализацией социальных инициатив в рамках принятых социальных целей .

К социальным целям компании относятся: достижение социальной справедливости, охрана окружающей среды, создание положительной мотивации труда, достойное пенсионное обеспечение, формирование условий для развития личности.

Социальная ответственность постепенно охватывает руководителей и подчиненных в процессе их деятельности. Так, создавая компанию, большинство учредителей думает прежде всего о реализации своих собственных интересов. Для этого они приобретают оборудование, нанимают персонал, находят поставщиков сырья и потребителей своей продукции. Компания становится частью местного, регионального или международного бизнеса. Многие руководители новых компаний и сами не замечают, как их компания начинает обрастать непроизводственными (институциональными) связями, или не придают этому большого значения. Так, местные политические лидеры и функционеры видят в работниках компании своих избирателей, служба занятости населения надеется на компанию как на источник снижения безработицы, благотворительные фонды рассчитывают на компанию как на потенциального спонсора и т.д. Любую компанию можно представить в виде шишки на живой сосне. Если эта шишка будет думать только о себе и не будет кормить вместе с другими шишками, корнями и листвой все дерево, то может засохнуть сук или сучок, на котором висит эта шишка, и она в конце концов упадет раньше срока.

Осознание необходимой сопричастности компании с окружающей средой является важнейшей составной частью профессионального управления. Эта сопричастность трактуется в управленческой литературе как социальная ответственность компании и

руководителя. Социальная ответственность хорошо представляется известным лозунгом: *«Думай о себе и помни о России»*.

Социальная ответственность руководителя отражается в его решениях, поставленных целях и их приоритетах, средствах и методах реализации решений. Она реализуется в конкретных делах компании и руководителя, направленных в первую очередь на помощь в создании приемлемого уровня жизнеобеспечения своих работников, членов их семей и социально незащищенных групп населения. Эта помощь может реализоваться в прямом или косвенном виде. В прямом виде помощь может оказываться в форме бесплатных обедов; продажи товаров по пониженным ценам; производства экологически чистой продукции; установления квот на прием безработных, выпускников учебных заведений, инвалидов и т.д. В косвенном виде — это благотворительные взносы, поддержка социальных инициатив других компаний или государства и т.п.

На практике иногда социальная ответственность вторична по отношению к благосостоянию компании согласно девизу: *«Сначала преуспевание, а потом благотворительность»*.

Социальная ответственность компании явно или неявно отражается в ее уставных документах. Особенно это проявляется в миссии и основных целях компании. Если основная цель компании направлена на максимальное удовлетворение потребностей и интересов персонала и клиентов, то это высшее проявление социальной ответственности. Если же основной целью является получение максимальной прибыли в интересах учредителей, то это означает минимальную социальную ответственность компании. При этом руководители компании будут сильно ограничены в попытках расширить свою социальную ответственность.

Важными параметрами социальной ответственности являются широта, временной интервал, придаваемое значение и вовлеченность персонала.

Широта определяет диапазон функций производства и управления, по которым компания берет на себя социальную ответственность, например, техническую безопасность, своевременную оплату труда, социальную справедливость и др.

Временной интервал — это период устойчивого внимания и конкретных действий по соблюдению моральных норм во всем диапазоне заявленных функций производства и управления компании.

Временной интервал может быть бессрочным и на заданный срок, например, на период выполнения определенного задания.

Придаваемое значение — это важность социальной ответственности перед технологическими целями компании. Для этого в приоритетном порядке выделяются ресурсы для реализации важнейших социальных целей компании. Например, для уменьшения профессиональных заболеваний руководство компании решило закупить технологию, в которой не используется асбест в качестве наполнителей для строительных блоков, при этом строительство нового технологического корпуса решили «заморозить».

Вовлеченность персонала — уровень участия персонала компании в реализации социальных целей. Существуют два основных варианта организации выполнения социальных целей:

- путем формирования отдельных коллективов в составе компании;
- путем участия всего коллектива компании на общественных началах во внеурочное время.

Взаимодействие социальной и юридической ответственности

Процесс гармонизации общества и компании идет через реализацию социальных инициатив и юридических требований. Обычно часть социальных инициатив является предвестником юридических требований, другие социальные инициативы признаются морально необходимыми, но не оформляются директивными актами государственного или муниципального управления. Иногда закон опережает появление социальных инициатив и тогда он предусматривает юридическую и социальную (моральную) ответственность руководителя или компании. Например, законодательные акты о предельных концентрациях вредных выбросов в атмосферу или в водную среду регулируют технологию производства и возлагают социальную ответственность руководителей перед населением. Обычно социальная ответственность предусматривает более жесткие требования на параметры концентраций вредных выбросов.

Вопросы юридической ответственности руководителей решает суд или арбитраж, а социальная ответственность оценивается общественным мнением, результаты которого могут быть более действенными, чем юридическая ответственность.

Возложение на себя социальной ответственности может идти только добровольно. Руководитель должен ясно видеть, какие преимущества и какие трудности он будет ощущать. Вопросы активизации социальной ответственности рассматривались многими учеными и практиками США и Японии. На основе опубликованных материалов можно составить общую картину мотивов, активизирующих социальную ответственность компании, специалистов или руководителя:

- чувство долга, предвыборные обещания;
- желание принести больше пользы своим работникам, населению, прилегающей территории;
- получение удовлетворения от видимых работниками и населением результатов (самовыражение, самопроявление);
- избежание общественных порицаний и взысканий;
- повышение имиджа или карьерный рост;
- выигрыш в споре или конкурсе;
- отвлечение от постоянных личных переживаний.

Социальные роли руководителя

Как основной носитель социально ответственного поведения руководитель выполняет различные социальные роли в целях поддержания равновесия в отношениях с членами группы. Среди этих ролей выделяются следующие: а) "эксперт", б) "катализатор", в) "дирижер", г) "образец участника группы".

Как "эксперт" руководитель устанавливает смыслы меняющихся процессов в группе. Как "катализатор" руководитель способствует развитию отношений между членами группы, что называется "держа зеркало перед группой". Как "дирижер" группового поведения он направляет и варьирует действия подчиненных с тем, чтобы избежать лишней напряженности внутри группы. В роли "образца участника" руководитель демонстрирует социально ответственное поведение как один из членов группы, а также активность и широкий спектр умений, навыков управления и возможность самореализации личности.

Руководитель является ответственным не только за настоящее, но и за будущее: за выполнение своих обязанностей и предвидение последствий собственных действий. В качестве примера можно взять любое управленческое решение, без которого не может быть решена организационная задача. Так, не решая задачи

кадрового менеджмента, не отбирая нужный персонал и кадры управления, нельзя решить ни одной управленческой задачи.

За любое принятое решение руководитель несет ответственность. Но возможны ситуации, когда руководитель не принимает конкретных решений.

Непринятие решений может являться нарушением социальной ответственности руководителя. Например, не принято решение о проверке техники безопасности менеджерами, имеющими к этому прямое отношение. Результат — гибель людей из-за возникшего пожара.

Руководитель должен предвидеть последствия своей бездеятельности и быть готовым нести за это ответственность.

Социальная ответственность руководителей может вступать в противоречие с юридической ответственностью. Например, вопреки законам, руководитель изыскивает средства, сдавая в аренду помещение, находящееся на территории предприятия, для погашения задолженности работникам по зарплате.

Такое поведение руководителя с чисто человеческих позиций можно расценить как социально ответственное.

Социальную ответственность следует рассматривать как стойкое личностное свойство. Составляя жизненные планы, человек обычно взвешивает, посильна ли ему эта цель или нужно надеяться на внешние силы, на других людей.

По мнению исследователей, один человек может выступать хозяином своей судьбы, а другой "плывет по воле волн", т. е. одна личность принимает на себя ответственность, а другая — уходит от нее.

В связи с этим следует отметить две разные стратегии поведения человека: а) видеть источник управления своей жизнью во внешней среде и б) в самом себе.

В предыдущем разделе говорилось о "локусе" контроля. Термин "локус" — латинского происхождения, означает место, местоположение (он был предложен современным американским психологом Дж. Роттером).

В соответствии со взглядами Дж. Роттера, если человек принимает на себя ответственность за события своей жизни, то это означает наличие у личности "*интернального*" контроля.

Если ответственность приписывается обстоятельствам, другим людям или случаю, то это характеризует наличие внешнего, т.е. **"экстернального"** контроля. Интернальность и экстернальность локуса контроля являются устойчивыми свойствами личности, сформированными в процессе социализации (по Дж. Роттеру).

Интернальность личности положительно коррелирует с социальной ответственностью и с осознанием смысла и целей жизни. Лица с интернальным локусом контроля берут на себя ответственность за ход жизненных событий, руководствуясь чувством долга, морали и четко осознавая смыслы.

Социально ответственным личностям свойственно наличие позитивных качеств, начиная от пунктуальности, точности, послушности и заканчивая нравственными, гражданскими чертами, такими как честность, справедливость, принципиальность и т.д.

Экстернальность. В противоположность интернальным, экстернальным личностям свойственны подозрительность, тревожность, депрессивность, агрессивность, конформизм, догматизм, авторитарность и пр.

Лига социально ответственных джентльменов

Общественная благотворительная организация «Открытая Россия», возглавляемая экс-главой ЮКОСа Михаилом Ходорковским, решила войти в объединение социально ответственных олигархов. Как сообщила вчера корреспонденту газеты «Время новостей» пресс-секретарь «Открытой России» Елена Дикун, отныне детище опальных благотворителей-нефтяников примкнет к так называемому «Форуму доноров», в который уже входят Фонд Владимира Потанина, фонд «Династия» Дмитрия Зимина, фонд «Евразия», Фонд Форда, Международный совет по исследованиям и обменов. Ожидается, что скоро список благотворителей «Форума» пополнится также именами Алексея Мордашова, Владимира Евтушенкова, Дмитрия Зеленина и Виктора Вексельберга.

По словам заместителя председателя правления «Открытой России» Николая Бычкова, подобный союз снимет проблему конкуренции среди благотворителей и повысит эффективность самих программ. «Общими усилиями мы сможем выявлять самые важные и актуальные проблемы, болевые точки. Благотворительные организации больше не будут концентрироваться на одних и тех же

площадках. Объединившись, мы сможем более тщательно отбирать проекты, нуждающиеся в финансировании», -- пояснил он. Не исключено, правда, что организация г-на Ходорковского стремится в компанию фондов, учрежденных лояльными властью олигархами, и по другим причинам. Несмотря на то что «Открытая Россия» является на сегодняшний день одной из самых щедрых благотворительных организаций страны (объем финансирования проектов в 2004 году составит 30 млн долл.), ей пока не удастся избавиться от подозрений в неблагонадежности. Напомним, что в декабре прошлого года благотворительная организация подверглась тотальным налоговым проверкам. Причем фискальные органы требовали тогда финансовую отчетность не только у спонсора, но и у всех грантополучателей. В результате чего от сотрудничества с «Открытой Россией» из-за различных опасений отказалось несколько партнеров. Теперь же шанс перекрестной проверки партнеров по «Форуму доноров» достаточно невелик.

«Открытая Россия» постарается создать объективный имидж своим программам и с помощью общественного экспертного совета, в который войдут известные деятели культуры, здравоохранения, правозащитного движения. Они будут решать, что достойно материальной поддержки, а акционеры группы «МЕНАТЕП», выступающие спонсорами организации, будут только обеспечивать финансирование выбранных советом проектов

Бизнес-план для щедрого

По мнению специалистов, обязательное условие для успешной деятельности в области благотворительности - формирование определенной стратегии. Она позволяет более целесообразно распределять деньги и иногда даже формировать будущее российского менеджмента, искусства и науки. Президент "Интерроса" Владимир Потанин, например, избрал своей стратегией "поддержку сильных" - молодых специалистов с задатками лидеров. В области культуры благотворительный фонд В. Потанина стремится поддерживать новые проекты, которые продвигают государственные организации. Главным партнером компании является Эрмитаж. По мнению представителей фонда, он должен стать не только великим музеем прошлого, но и развивать новейшие направления.

Благотворительная стратегия компании "ЛУКОЙЛ", заключается в ведении социально ответственного бизнеса, когда не только

сотрудники организации имеют возможность вести достойную жизнь, но и другие граждане страны получают доступ к материальному и духовному благополучию. В компании и ее дочерних предприятиях существуют координационные советы по благотворительной деятельности. На них обсуждаются проекты и принимаются коллегиальные решения. Основным критерием для выделения помощи является социальная значимость проекта и его влияние на регион деятельности "ЛУКОЙЛа".

Благотворительная политика Альфа-банка определяется правлением. Ежегодно в кредитном учреждении разрабатывается программа социально-культурной деятельности на предстоящий год. В документе прописаны конкретные мероприятия, которые будут осуществляться при участии банка. Социально-благотворительный бюджет планируется на год. По словам сотрудников пресс-службы кредитной организации, отступление от него практически невозможно.

По словам Лии Лучниковой из Газпромбанка, в области благотворительности к рассмотрению принимаются те проекты, которые соответствуют российской социальной политике. При этом они должны отвечать национальному и международному уровню банка. Приоритет отдается государственным официально утвержденным программам. Принципиальные условия для предоставления банком благотворительной помощи: адресное получение средств, соответствие заявленных и реальных целей, возможность получить полный отчет о результатах благотворительности.

СЕКЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА

И.А. Лоскутова, М.А. Темиргалиева

Студентка 4 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ М.А. Маметьева,
г. Новокузнецк

ПРОЕКТ БИЗНЕС - ОТЕЛЯ «ФОРУМ», КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СКС И ТУРИЗМА

Новое время диктует поиск оптимизации учебного процесса, введение и разработку перспективных технологий и интерактивных методов для интенсификации учебного процесса.

В изучение курса «Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме» опробированна такая современная форма поиска и научного исследования – как проект.

Нами была проанализирована учебная литература и рассмотрены основные тенденции использования проектирования архитектурных сооружений, в комплексе сочетающих в себе технологии, применяемые в индустрии туризма. Это позволило изучить практику работы зарубежных и отечественных гостиничных предприятий, а также современный рынок технологий.

Работа над проектом строилась в следующей последовательности выбора конструкции здания с учетом набора служб гостиницы, представлением оборудования номерного фонда исходя из специфики отеля, а также современных информационных и иных технологий и техники, которые нашли и находят свое применение в туристской области.

Спецификой творческой составляющей является самостоятельный выбор типа и назначения проектируемого туристского предприятия, с учетом сложившейся на рынке ситуации, и построение на этой основе индивидуального плана, способного наиболее полно и точно отразить специфику объекта, адаптированного к потребностям крупного промышленного города

Новокузнецка. Накопление и обработка информации позволила создать комплексное представление о специфике функционирования гостиничного предприятия, современного уровня развития, техники и технологии, применяемых в индустрии туризма.

Для гостиничного бизнеса наиболее базисным сегментообразующим признаком является цель путешествия клиента. Гостиницы делового назначения обслуживают лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках. Предприятия этой группы наиболее известны как гостиницы для конгрессного обслуживания – симпозиумов, съездов, собраний, конференций и т.д. В эту группу входит так называемый интенсив - туризм. Таким образом, для обслуживания деловых людей должны быть созданы соответствующие условия, в связи, с чем к гостиницам делового назначения предъявляются стандартные требования. А также требования, которым должны соответствовать помещения, предназначенные для проведения мероприятий делового назначения и научного характера. Они определены Международной ассоциацией конгресс - центров (AIPC). Помимо этого необходимо помнить и о высоком качестве обслуживания и оборудования номеров.

Технология гостиничного обслуживания представляет собой совокупность операций и процессов предоставления услуг размещения и гостеприимства туристов; система рациональных приемов использования зданий, сооружений, оборудования гостиниц. Для замкнутого технологического цикла обслуживания туристов в гостинице предусмотрены и функционируют следующие службы: административно-управленческая, служба приема и размещения гостей, служба обслуживания номерного фонда, служба общественного питания, коммерческая служба, инженерно – техническая служба, вспомогательная и дополнительная служба. Автоматизация значительно облегчает работу служб гостиницы и повышает безопасность обслуживания.

Современная техника характеризуется ускорением темпов ее модернизации и автоматизации, созданием новых технических средств, интенсивным развитием энергетики, электроники, широким исследованием средств автоматизации, кибернетики, спутниковой связи и т.д. Приверженность к внедрению технических новинок сегодня выступает одним из важнейших факторов, позволяющим гостиницам успешно завоевывать делового клиента. По мере

развития технического прогресса возрастают требования клиентов к услугам, предлагаемым гостиницам делового назначения.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день в городе Новокузнецке отсутствуют предприятия, предоставляющие комплексное обслуживание лицам, пребывающим в деловые поездки и командировки. Для их обслуживания должны быть созданы соответствующие условия. Строительство такого бизнес - отеля в нашем городе позволит привлечь деловых клиентов, улучшить услуг, создаст условия для развития и расширения сферы туристской деятельности.

Проектная деятельность позволяет выявить инновационные идеи и предложения, которые вполне могут быть реализованы при строительстве реального бизнес – отеля в г. Новокузнецке. Подобная практика изложения и прохождения учебного материала позволяет интегрировать наработанные знания гостиничной отрасли и новейшие достижения в творческой работе.

Применение метода проектов в учебных дисциплинах изучаемых на факультете «Социально-культурный сервис и туризм» позволяет активизировать творческое мышление студентов, способствует возникновению инновационных идей и носит практическую направленность.

М.В. Марченко

Студентка 5 курса ГУ КузГТУ, г. Новокузнецк

Научный руководитель: преподаватель ГУ КузГТУ М.А. Маметьева
г. Новокузнецк

ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ТЕРРИТОРИИ КАК ВОЗМОЖНЫЙ РЕСУРС В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В КУЗБАССЕ, НА ПРИМЕРЕ ШОРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА

Национальный парк – это относительно большая территория, где одна или несколько экосистем сосуществуют в неизменном состоянии при вмешательстве человека (хозяйственная деятельность).

Наличие на территории той или иной страны, того или иного региона национального парка, прямым образом сказывается на развитии туризма в дестинации. То как развивается парк, а именно его инфраструктура, транспортные сети, научная деятельность, информированность населения о данной территории, все это определяет заинтересованность туристов данным направлением отдыха. При правильном управлении и продвижении на рынке туристических услуг такого вида туризма в бюджет региона, как и в бюджет самого парка идут огромные средства.

В данной работе речь пойдет о Шорском государственном национальном парке, который расположен на юге Кемеровской области в Горной Шории и занимает юго-восточную часть Таштагольского района.

Данный парк был создан в 1989 году с целью охраны природных комплексов эталонных и уникальных участков горной Шории, в частности кедровых ценозов и черневой тайги, а также – сохранения культурного наследия коренной шорской национальности и организации рекреации.

Говоря о видах туризма, получивших наибольшее развитие на данной территории наиболее популярным является зимний спортивный туризм. Что связано, как уже говорилось выше, с наличием горных ландшафтов идеально подходящих для данного направления. В Шорском национальном парке перспективными видами также являются конный, экологический туризм, также в настоящее время действуют разнообразные водные маршруты по реке Мрас – Су.

Территория Шорского национального парка обладает не менее высоким рекреационным потенциалом. На территории национального парка в настоящее время описано более 70 природных достопримечательностей. Это - места произрастания растений, занесенных в Красную книгу, уникальные природные сообщества, системы пещер, вклюдзы, живописные скалы (Царские ворота), своеобразные останцы (останец "Солдат"), водопады (водопад "Сага"). Многие из них соответствуют статусу "Памятник природы". В ста километрах от города Таштагола, в широкой долине в устье Анзаса - правого притока реки Мрассу находится древний шорский улус Усть-Анзас. В его центре расположился экомузей "Тазгол".

Шорский национальный парк не отличается таким обилием и развитостью инфраструктуры. Конечно в Шории существуют и прекрасные горнолыжные трассы, доступные не только профессионалам, но и любителям, и горные лыжи, и сноуборды, и школа горнолыжного катания. Здесь проводятся соревнования и фестивали, но не в таком масштабе как в Банф. Даже количество горнолыжных трасс на порядок ниже, чем Канадского национального парка. В Шорском парке практически вся инфраструктура расположена в районе горы Зеленой. Здесь находятся гостиничные комплексы с полным набором сервисных услуг, предоставляется сервис различного уровня – от столовой до кафе, баров и ресторанов, а также прокат горнолыжного инвентаря и сноубордов, услуги кресельной и бугельной канатных дорог, сауны и дискотеки и многое другое. Таким образом, развитой инфраструктуру Шорского парка можно назвать лишь в этом маленьком его районе.

В данный момент на горе Зеленой работает 21 гостиница. Все они находятся прямо у подножья горнолыжных трасс. Самым распространенным вариантом размещения являются двухместные номера со всеми удобствами в номере. Расположение гостиниц к горнолыжной трассе примерно одинаковое, но каждая из них имеет свои особенности.

Помимо инфраструктуры необходимо говорить и том, что развитие экологического и экскурсионного туризма предполагают наличие специалистов, гидов, экологов. В свою очередь, Шорский национальный парк не может похвастаться такими специалистами. Безусловно в Кемеровской области существует ряд людей занимающихся изучением природного потенциала Шории, в том числе регулярные экспедиции проводятся студентами и преподавателя Педагогической Академии. Но базы специалистов работающих в качестве гидов по национальному парку на данный момент не существует. Что также отрицательно сказывается на развитии туризма на данной территории.

Еще одним минусов в работе парка является слабое продвижение своих услуг на туристский рынок. Безусловно ряд туристских фирм предлагают туры в Шорский парк. Но неосведомленность, неинформированность населения приводит к тому, что такие туры не пользуются популярностью.

Данная работа носит фрагментарный характер. Безусловно, для того чтобы Шорский национальный парк стал столь же популярен как другие национальные парки необходимо тщательное и детальное изучение всех аспектов существования данной территории, ее потенциала и возможностей для развития туризма.

СЕКЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.Е. Чудинов

Студент 4 курса СФ МИЭП г. Новокузнецк.

Научный руководитель: преподаватель СФ МИЭП И.А. Чудинова
г. Новокузнецк

ПРАВОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СПАМИНГА В РОССИИ

Сеть Интернет представляет собой глобальное децентрализованное объединение компьютерных сетей и информационных ресурсов, принадлежащих множеству различных людей и организаций. Развитие и внедрение сети Интернет практически во все сферы жизнедеятельности общества привело к тому, что одной из основных проблем пользователей стал избыток информации. Причем информации за частую не нужной и как правило влияющей на прямую либо косвенно на материальное состояние пользователей. Одними из основных проблем современного Интернет пространства как раз и являются спам, а также сопутствующие ему фишинг и распространение вирусов.

Действительно спам стал настоящей проблемой, но далеко не все достаточно точно понимают, что же такое спам и о чем конкретно идет речь. Итак, спам – это анонимная массовая нежелательная рассылка. Как правило, основной ущерб наносят автоматические рассылки со скрытым или поддельным обратным адресом и именно массовые рассылки являются настоящим бизнесом для спамеров и настоящей проблемой для пользователей. Именно из-за своей массовости спам наносит такой огромный ущерб мировой экономике вообще и каждому пользователю в частности. По данным исследовательской компании Radicati в 2004г. ущерб от спама

составил около 9 миллиардов Евро, при этом наибольший интерес вызывает не сама эта цифра, а рост ущерба год от года. Так потери от спама в Европе в 2004-2007гг. составили: 2004г. – 9,2 млрд.Евро; 2005г. – 17,1 млрд.Евро; 2006г. – 30,3 млрд.Евро; 2007г. – 51,1 млрд.Евро.

Исходя из масштабов и ущерба причиняемого спамом 11 октября 2004г. государственные и неправительственные организации ответственные за применение законодательства против спама, собрались в Лондоне для обсуждения вопросов международного сотрудничества в этой области. Участники встречи приняли настоящий План действий. Назначение, которого – содействие международному сотрудничеству в области применения законодательства против спама и принятие мер в отношении сопутствующих спаму проблем таких, как фишинг и распространение вирусов. План был открыт для присоединения государственных, неправительственных, коммерческих организаций и в начале июня 2006г. Россия стала 25-й страной, чьи представители присоединились к этой международной инициативе по борьбе со спамом.

Присоединение российских заинтересованных организаций к Лондонскому плану действий позволит, во-первых, принять активное участие в формировании международной политике против спама, во-вторых, эффективно использовать опыт других её участников, в-третьих, будет способствовать вовлечению России в процесс формирования глобального информационного общества. Однако на момент присоединения России к выше указанному плану в нашей стране не было вступивших в законную силу нормативно-правовых актов, направленных на противодействие распространению спама. Новая редакция ФЗ «О рекламе», содержащая соответствующие положения, вступила в силу с 1 июля 2006г; ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006г.

Следует так же отметить, что даже после вступления данных законов в силу ситуация кардинальным образом не изменилась. Проблема в том, что законодательство Российской Федерации не содержит общей нормы прямого действия, предусматривающей ответственность за злоупотребление правом на свободу слова и распространение информации в виде распространение спама.

Так, например п.1 ст. 62 ФЗ «О связи» устанавливает право пользователя отказаться от получения сообщений, но вот ответственность за нарушение этого права, а также на кого она возлагается законом не предусмотрено. Согласно п.1 ст. 18 новой редакции ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи возможно лишь с предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. Однако закон не предусматривает эффективного механизма реализации этой нормы. Так становится очевидным, что расследование случаев нарушения данной статьи потребует вмешательства в сферу связи, контроль за которой возложен на Министерство информационных технологий и связи и подведомственные ему организации, в то время как контроль за соблюдением законодательства о рекламе находится в компетенции Федеральной антимонопольной службы. Кроме того, расследование случаев распространения спама может потребовать совершения действий, приводящих к ограничению тайны корреспонденции, что возможно только по решению суда или в ходе оперативно-розыскных действий, совершаемых органами внутренних дел. Однако расследование случаев нарушения в сфере рекламы не входят в компетенцию органов внутренних дел. Таким образом, статья 18 ФЗ «О рекламе» содержит не реальный и эффективный механизм противодействия распространению спама, а лишь декларативный запрет подобных действий.

В заключении можно сделать следующий вывод - правовая база достаточно четко говорит о том, что действия спамеров противоречат как законодательству о рекламе, так и гражданскому законодательству. Однако темпы развития спаминга не снижаются, а это, на мой взгляд, следствие отсутствия эффективной программы по розыску и установлению личности спамера. Основываясь на выше изложенном можно с известной долей уверенности сказать, что пока в практической реализации принятых законов в области противодействия спамингу вопросов, пожалуй, больше чем ответов.

А.В. Поспелова

Студентка 4 курса СФ МИЭП г. Новокузнецк.

Научный руководитель: ст. преподаватель СФ МИЭП Е.А.

Чичконакова, г. Новокузнецк

ИНТЕРНЕТ – БАНК НА ПРИМЕРЕ ОАО «АЛЬФА-БАНК»

С развитием компьютерных технологий и сети Интернет многие товары и услуги стали доступны дистанционно. Теперь с помощью «всемирной паутины» можно не только совершить покупку, но и оплатить счет за мобильный телефон или квартиру. Это относится, в том числе, к банковским продуктам и сервисам: для удобства клиентов финансовые организации стали активно развивать системы Интернет-банкинга.

ОАО «Альфа-банк» постоянно совершенствует технологии выдачи и погашения кредитов – стремительный рост бизнеса и расширение спектра банковских услуг в регионах требуют развития соответствующей инфраструктуры и сервиса. Интернет-банк «Альфа-Клик» был запущен в апреле 2006 года. В настоящее время ежемесячно к системе подключается порядка 12 – 13 тысяч новых пользователей (Приложение 1). Каждый день страничку Интернет-банка «Альфа-Клик» посещают 15 – 20 тысяч клиентов, и в среднем совершается 4000 операций в день.

Благодаря новой услуге вы сможете:

- получить информацию по всем счетам, в том числе детальную информацию, включая овердрафт и сумму заблокированных средств;
- сделать перевод на счет другого клиента Альфа-Банка в режиме on-line;
- сделать перевод в рублях на счет в другом банке;
- посмотреть детализированную выписку по счету;
- оплатить услуги оператора сотовой связи (Билайн, МТС, Мегафон - Москва) в режиме on-line;
- оплатить услуги Интернет-провайдеров в режиме on-line;
- уточнить информацию о задолженности и дате обязательного минимального платежа по кредитной карте;
- погасить задолженность по кредитной карте в режиме on-line, осуществив перевод с текущего счета или со счета «Мой сейф»;

➤ посмотреть список операций по кредитной карте; и т.п.

Вы также экономите деньги, так как многие услуги, доступные через Интернет-банк, значительно дешевле по сравнению с аналогичными услугами, предоставляемыми непосредственно в отделении банка.

С помощью данной услуги вы экономите время на посещение отделения, поскольку большинство банковских операций можно провести со своего компьютера дома или в офисе. Скорость перечисления денег на счет получателя зависит от типа перевода.

И еще, что не менее важно, можете контролировать свои счета в любое время и в любом месте, даже находясь за границей, поскольку Интернет-банк «Альфа-Клик» доступен круглосуточно.

Пользоваться Интернет-банком очень просто – для этого необходим компьютер, подключенный к сети Интернет, а также логин и пароль, которые можно получить у «Альфа-Консультанта» и в отделении Альфа-Банка. Подключить данную услугу можно позвонив по телефону, сообщить оператору свое имя, номер карты, кодовое слово и номер мобильного телефона. Оператор сообщит Вам логин и вышлет SMS с временным паролем, который Вам необходимо будет сменить. При первом входе система автоматически предложит сменить пароль. После успешного изменения пароля, система отобразит окно для заполнения информации о безопасности.

Технология сеансовых ключей активно используется в банках по всему миру и хорошо себя зарекомендовала. Введение в действие данной технологии позволяет повысить лимиты на операции в интернет-банке «Альфа-Клик» и не потребует от пользователей установки какого-либо программного обеспечения.

Результатом деятельности Альфа – Банка за год работы в новой системе обслуживания физических лиц «Интернет-банк» является более 100 тысяч клиентов, которые оценили простоту и удобство дистанционных каналов обслуживания, и популярность этих услуг растет с каждым днем.

Материалы межвузовской студенческой
научно-практической конференции

27 апреля 2007 г.

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО И
ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССОВ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ И
ЦЕННОСТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ МОЛОДЕЖИ**

Под общей редакцией
директора филиала ГУ КузГТУ в г. Новокузнецке
кандидата экономических наук
Татьяны Николаевны Борисовой

Компьютерная обработка
кандидата технических наук
Сергея Александровича Костенкова

Подписано в печать 20.04.2007. Формат 60×84/16.

Усл. печ. л. 5,6.

Тираж 100 экз. Заказ 328.

Филиал ГУ КузГТУ в г. Новокузнецке. 654000, г. Новокузнецк,
ул. Орджоникидзе, 7.
ОАО «Новокузнецкий полиграфкомбинат». 654005, Новокузнецк,
ул. Орджоникидзе, 11.