

КОРПОРАТИВНЫЙ  
**УНИВЕРСИТЕТ**  
**РЖД**

**ЗНАНИЯ ● LIVE**

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА.  
РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА  
В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО  
ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

SMART-КАЛЕНДАРЬ  
«ЗНАНИЯ.LIVE»

**2021**



## ТЕМЫ И ЭКСПЕРТЫ SMART-КАЛЕНДАРЯ

**АНАСТАСИЯ СОРОКИНА**

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ  
ПРАКТИК



СЛОВЕСНАЯ ИМПРОВИЗАЦИЯ.  
ИСКУССТВО ВЫСТУПЛЕНИЯ

**ОКСАНА БЕСЛИК**

БИЗНЕС-ТРЕНЕР



КАК СОЗДАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД  
ЗА 3 ПРОСТЫХ ШАГА

**АЛЕКСАНДР КОРКИН**

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА



ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

**ЕЛЕНА СИДОРЕНКО**

ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ПРОГРАММ



КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО

**ЕЛЕНА ЛЕБЕДЕВА**

РУКОВОДИТЕЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ  
ПРОЕКТОВ



КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ  
К СОВЕЩАНИЮ ИЛИ ДОКЛАДУ

**КОНСТАНТИН БУЯНИН**

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ПЕРСПЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ  
УПРАВЛЕНИЯ



СФОКУСИРОВАННАЯ БЕСЕДА  
КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ

**ТАТЬЯНА ЛЕСНИЧЕНКО**

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ПО РАЗВИТИЮ  
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ



ПАЛИТРА ХАРАКТЕРОВ

**МАРИНА БОГУЧАРОВА**

ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ПРОГРАММ



ЖИЗНЬ В СТИЛЕ AGILE:  
ЛИЧНЫЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

**ИВАН БУЛАВКИН**

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ



КОРПОРАТИВНАЯ МИФОЛОГИЯ,  
ИЛИ СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

**ЕЛЕНА ИСАЕВА**

РУКОВОДИТЕЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ  
ПРОЕКТОВ



ТРЕНДЫ В ПОСТРОЕНИИ КАРЬЕРЫ

**АЛИНА АНДРЕЕВА**

БИЗНЕС-ТРЕНЕР



ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

**АЛЕКСЕЙ КОРОСТЕЛЁВ**

ЭКСПЕРТ ПРОГРАММНОГО  
ОБЕСПЕЧЕНИЯ



СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ  
И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ

**ЕВГЕНИЯ БОЧКОВА**

КООРДИНАТОР ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕЗЕРВА



ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ INDI

**НАТАЛИЯ ИВАНОВА**

ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ПРОГРАММ



СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СТРЕССОМ



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ  
УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ  
В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА  
В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ  
ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**АНАСТАСИЯ СОРОКИНА,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ  
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРАКТИК

## СЛОВЕСНАЯ ИМПРОВИЗАЦИЯ. ИСКУССТВО ВЫСТУПЛЕНИЯ



## ПРИЕМЫ ИМПРОВИЗАЦИИ



### 1 ВОПРОСЫ

Возникла пауза? Задай аудитории вопрос. Зачем? Это выигрыш во времени, вовлечение аудитории. Кроме того, вы узнаете, что интересно слушателям в вашем выступлении.



### 2 ПЕРЕХОД ПО ПОСЛЕДНЕМУ СЛОВУ

Переключитесь на одно из последних сказанных слов, которые прозвучали в вашей речи, и начинайте раскрывать его как новую тему.

Например:

«Погода...  
Погода бывает хорошей и плохой.  
Плохая погода в обычном понимании этого слова – это снег, дождь, слякоть, холод.  
Холод – вещь относительная. У африканцев совсем иное понимание холода, чем у эскимосов.  
Кстати, в словаре эскимосов есть около 200 слов, обозначающих разные виды и состояния снега.»



### 3 НАПРАВЛЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ

Загрузите в свою память 30...40...50 вопросов, которые будут вас выручать в сложные моменты, когда потеряна мысль и нет понимания, в каком же направлении может развиваться дальше ваше выступление или беседа.

1. Что это такое?
2. Какой вид этого наиболее популярен?
3. Какие перспективы развития у этого?
4. Чем это можно при желании заменить?
5. Каким это будет через некоторое время?
6. Самый известный пример этого.
7. Какое отношение к этому принято в обществе?



### 4 ИМПРОВИЗАЦИЯ ПО ТРЕМ СЛОВАМ

Упражнение:

1. Случайным образом выберите три любых слова, желательно два с конкретным значением и одно с абстрактным.
2. Теперь произнесите речь на три минуты, плавно связывая друг с другом все три слова/темы.

Пример:

«Сарай», «лампочка», «тревога». «Я зашла в сарай, в этот момент погасла лампочка, сработала тревога, и приехали полицейские.»



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-  
КЛАССА ВЫ  
МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ





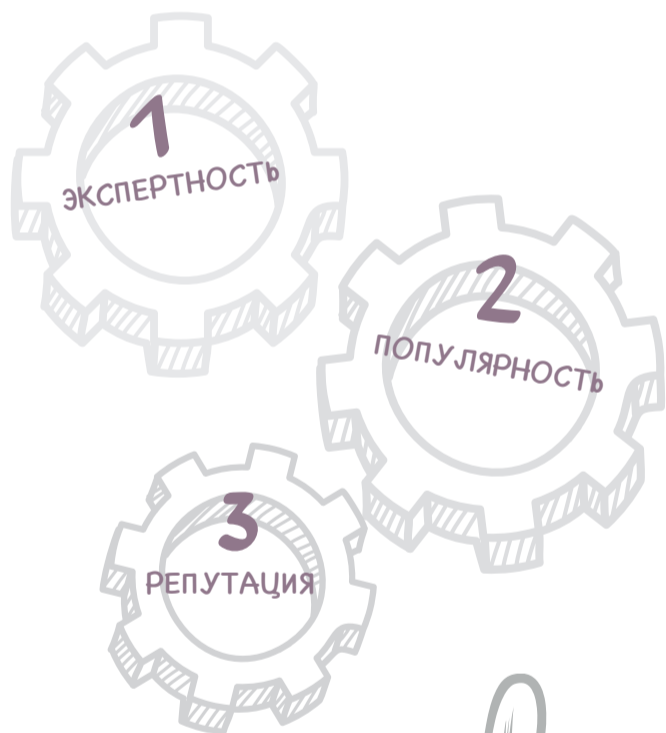
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ  
УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ  
В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА  
В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ  
ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**ОКСАНА БЕСЛИК,**  
БИЗНЕС-ТРЕНЕР

## КАК СОЗДАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД ЗА 3 ПРОСТЫХ ШАГА

### ШАГ 1

ЛЮБОЙ БРЕНД ВСЕГДА БУДЕТ  
СОДЕРЖАТЬ В СЕБЕ ТРИ  
СОСТАВЛЯЮЩИЕ:



**ВАЖНО!**  
Без одного из этих  
факторов личный бренд  
построить нельзя: эксперту с  
хорошей репутацией нужна  
популярность, а популярному  
эксперту – репутация  
в своей среде.

**ЛИЧНЫЙ БРЕНД** – это то, что о вас говорят люди и образ, который складывается в головах собеседников. Это тот ореол, который формируется вокруг вас вне зависимости от того, хотите вы этого или нет. Он может быть разным: положительным или негативным, эпатажным или скромным, мягким или очень жестким... Но! Помните, что личный бренд всегда будет **УНИКАЛЬНЫМ**, единственным в своем роде.

### ШАГ 2

ЧТО МНЕ СДЕЛАТЬ  
ДЛЯ РАЗВИТИЯ СВОЕГО  
БРЕНДА?



**4 ПРАВИЛА  
ДЛЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА:**

**1** Быть заметным среди своих коллег. Успех бренда всего лишь на 30% будет зависеть от вашего опыта и знаний и на 70% – от красивой подачи.

**2** Создать у окружающих представление о вашем образе как о положительном и уникальном.

**3** Личный бренд человека обязывает его владельца иметь индивидуальный стиль.

**4** Важно постоянно заявлять о себе: принимать участие в конференциях, консультировать по различным вопросам в своей сфере, делиться знаниями с молодыми сотрудниками.

### ШАГ 3

КАКОВА МОЯ РОЛЬ  
В ЛИЧНОМ БРЕНДЕ?  
КЕМ Я ХОЧУ БЫТЬ?

**ЭКСПЕРТ**

Эксперт представляет свою профессиональную среду и существует лишь в ней. Его личная жизнь неизвестна или остается без явного внимания.



**СВОЙ ЧЕЛОВЕК**



Свой человек тоже эксперт, но это уже более тесно связано с обыденной жизнью. Он говорит с аудиторией на ее языке, так же развлекается и отдыхает. Это уже открытая информация. Но личное пространство остается тайной.

**ЧЕЛОВЕК-ЭПАТАЖ**

Образ такого героя построен на чем-либо ярком, популярном, известном. Эпатажное поведение, дерзкие заявления, яркие поступки.



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ ЗДЕСЬ





ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**АЛЕКСАНДР КОРКИН,**  
ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА

## ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

### ОСНОВА ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ – ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ

### КАК ПРОЯВЛЯЮТСЯ ЦЕННОСТИ?

КУМИРЫ, ВНЕШНИЙ ВИД, ПРЕТЕНЗИИ, ФРАЗЫ ИЛИ КРЕДО, ИСТОРИИ.

### ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТОВ ПОКОЛЕНИЙ

**1**

МЫ ПЫТАЕМСЯ ОБЪЯСНИТЬ И ОЦЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ.

**2**

МЫ РАЗГОВАРИВАЕМ НА «СВОЕМ» ЯЗЫКЕ, НЕ ПОНИМАЯ, ЧТО ОДНИ И ТЕ ЖЕ СЛОВА И ФРАЗЫ НЕСУТ РАЗНЫЙ СМЫСЛ ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ.

**3**

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ДРУГИМ ТО, ЧТО СЧИТАЕМ ХОРОШИМ ДЛЯ СЕБЯ, И ДАЕМ ТО, ЧЕГО НЕ ХВАТАЛО НАМ.

### ПОКОЛЕНИЕ БЕБИ-БУМЕРОВ 1944–1963

#### ХАРАКТЕРИСТИКА

- Оптимизм и позитив.
- Вечная и лучшая молодость.
- «2 нормы за смену!»
- Великие свершения и грандиозные задачи.
- Преданность делу.
- Важен статус.
- Тотальная информированность.

#### КЛЮЧИ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

- Периодически подчеркивать причастность и вовлеченность в деятельность компании/коллектива.
- Выделять статусность и опыт (сертификаты, награды).
- Победа – победить кого-то – и соревнование.
- «Команда», «хочу с Вами посоветоваться».
- Слушать столько, сколько говорит.
- «Оставлять почитать».
- Не называть пенсионером.

### ПОКОЛЕНИЕ X 1964–1984

- Готовность к изменениям.
- Профессионализм и специализация.
- Свобода в принятии решений.
- Возможность выбирать.
- Неформальность.
- Прагматизм и реализм.
- Семья.
- Лучшее детство.

- Информировать очень конкретно: выжимка, потом остальное.
- Соблюдать личное пространство.
- Ловить на слабо («Никто не может сделать, кроме тебя»).
- Уметь принять вызов – быть готовым к проверке.
- Спрашивать, что нужно (ресурсы).
- Личная благодарность значимых лиц за конкретные дела.

### ПОКОЛЕНИЕ Y 1985–2005

- Позитив.
- Партнерство.
- Успех.
- Возможности.
- Время – главное в условиях гипервыбора.
- Нетерпимость к ожиданию.
- Жажда немедленного вознаграждения и быстрых побед.
- Make it interesting.

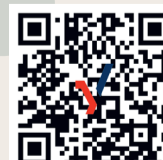
- Разговаривать не только о работе, но и о нем самом.
- Объяснять, как деятельность работника связана с результатами департамента, компании, страны.
- Обратная связь: сразу, честно, неформально, конструктивно, персонально.
- Многогранность + смена форматов и содержания работы.
- Четкие задачи, четкий дедлайн.
- Хотят баланса «работа–жизнь», чтобы компания об этом заботилась.
- Стремятся не к большому, а к достаточным деньгам.

### ПОКОЛЕНИЕ Z 2003–...

- С рождения живут в цифровом мире: в их голове реальный и виртуальный мир тесно переплетены.
- Персонализация, имидж.
- Практичны и прагматичны.
- Выгода.
- Принцип «сделай сам».
- Мотивация на победу.

- Информировать их короткими сообщениями, позитивным тоном и с визуальным рядом.
- Ценности и образ жизни еще только формируются.
- Уже сейчас можно сказать, что, если вам нужно от них что-то срочное, быстрее достучаться через мессенджер.
- Они любят делиться знаниями. Чаще спрашивайте их, узнавайте об их увлечениях.

Узнать больше информации по теме «Теория поколений» можно в Мобильной библиотеке Корпоративного университета РЖД



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**ЕЛЕНА СИДОРЕНКО,**  
ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

## КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО



**85%** УСПЕХА В РАБОТЕ – РЕЗУЛЬТАТ ХОРОШО РАЗВИТЫХ ГИБКИХ НАВЫКОВ – ТАКОВЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, КОТОРОЕ ПРОВЕЛИ ГАРВАРДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ, ФОНД КАРНЕГИ И СТЭНФОРДСКИЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР.



ТОЛЬКО **15%** УСПЕХА В ДЕЛАХ ИСХОДИТ ОТ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ (ЖЕСТКИХ НАВЫКОВ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ).

## КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО

### 1 УМЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ И СОТРУДНИЧАТЬ С ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ

ВНУТРИ ЭТОЙ ГРУППЫ ЕСТЬ ТАКТИЧЕСКИЕ, «НАВЫКОВЫЕ» КОМПЕТЕНЦИИ, НАПРИМЕР УМЕНИЕ ПИСАТЬ ДЕЛОВЫЕ ПИСЬМА ИЛИ ВЫСТУПАТЬ ПУБЛИЧНО, А ТАКЖЕ БОЛЕЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИЧНОСТИ: ЖЕЛАНИЕ СОТРУДНИЧАТЬ, ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ЭМПАТИЯ ИЛИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ.

### 3 ОБУЧАЕМОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ НОВОМУ

ЗАМЫКАЕТ СВОЕОБРАЗНУЮ ТРОЙКУ ЛИДЕРОВ. В ЭТОЙ ГРУППЕ ОБЪЕДИНЕНЫ ТАКИЕ КАЧЕСТВА, КАК ОБУЧАЕМОСТЬ, ЛЮБОЗНАТЕЛЬНОСТЬ, ОТКРЫТОСТЬ НОВОМУ ОПЫТУ.

**ВАЖНО #1:**  
в совокупности эти три группы охватывают почти половину (48%) «компетенций будущего». Иначе говоря, наш будущий успех наполовину зависит от того, насколько мы умеем ладить с другими людьми, мыслить и обучаться.

### 5 ЦИФРОВЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ

УПОМИНАЮТСЯ ПРИМЕРНО ТАК ЖЕ ЧАСТО, КАК ИННОВАЦИОННОСТЬ. В ЭТУ ГРУППУ ВХОДЯТ ПРОГРАММИРОВАНИЕ, ЗНАНИЕ ОСНОВ РОБОТОТЕХНИКИ, УМЕНИЕ ПОНИМАТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, НАПРИМЕР МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ И ВИРТУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ.

### 2 МЫШЛЕНИЕ И РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ

ЗДЕСЬ САМАЯ БОЛЬШАЯ КАТЕГОРИЯ – КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ, ТО ЕСТЬ УМЕНИЕ КОРРЕКТНО ОЦЕНИВАТЬ И АНАЛИЗИРОВАТЬ ФАКТЫ И УТВЕРЖДЕНИЯ, ПРИНИМАТЬ РЕШЕНИЯ О ТОМ, ЧЕМУ ДОВЕРЯТЬ И ЧТО ДЕЛАТЬ.

### 4 ИННОВАЦИОННОСТЬ И КРЕАТИВНОСТЬ

НЕ СВОДИТСЯ К ОСВОЕНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ ВРОДЕ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ (ТРИЗ) ИЛИ МОЗГОВОГО ШТУРМА. ЭТОТ НАБОР КОМПЕТЕНЦИЙ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПРЕДПОЛАГАЕТ СМЕЛОСТЬ, ГОТОВНОСТЬ К ТВОРЧЕСКОМУ ЭКСПЕРИМЕНТУ И СОВЕРШЕНИЮ ОШИБОК.

### 6 ОСОЗНАННОСТЬ И УПРАВЛЕНИЕ СОБОЙ –

ЭТО УМЕНИЕ УПРАВЛЯТЬ СВОИМ ВНИМАНИЕМ, НАХОДИТЬ СМЫСЛ В РАБОТЕ И ЖИЗНИ, ЖИЗНЕСТОЙКОСТЬ, УМЕНИЕ СТРОИТЬ СОБСТВЕННЫЕ ПЛАНЫ И ВООБЩЕ ПОНИМАТЬ САМОГО СЕБЯ.

**ВАЖНО #2:**  
Эти шесть кластеров охватывают около 80% «компетенций будущего».



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**ЕЛЕНА ЛЕБЕДЕВА,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ

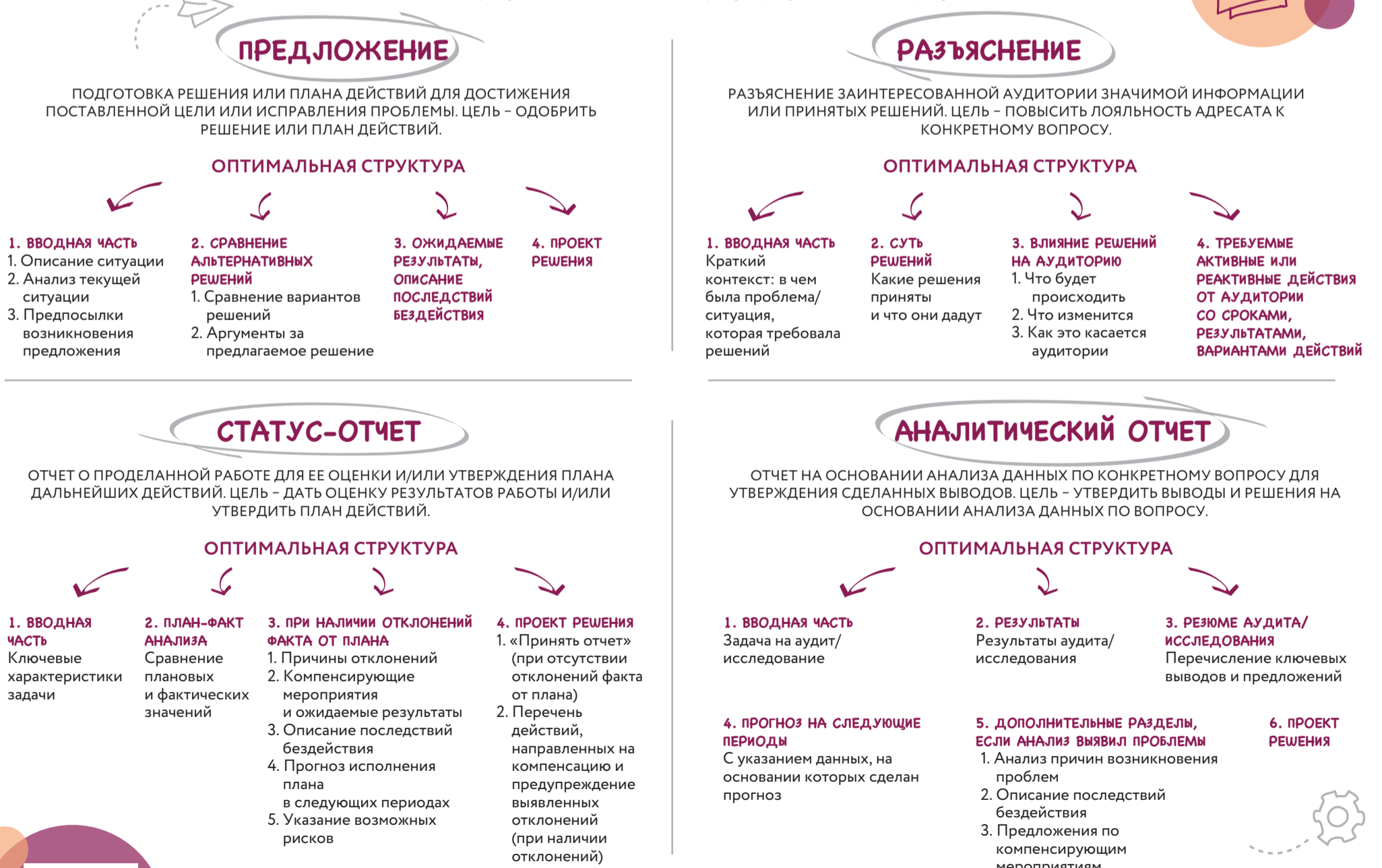
## КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К СОВЕЩАНИЮ ИЛИ ДОКЛАДУ

ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ К СОВЕЩАНИЮ ИЛИ ДОКЛАДУ НЕОБХОДИМО СФОРМИРОВАТЬ ЧЕТКУЮ СТРУКТУРУ ВЫСТУПЛЕНИЯ. СОСТАВЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГЛАВНЫХ МЫСЛЕЙ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ ДОКЛАДА, ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ ИХ ИЗЛОЖЕНИЯ, СПОСОБА И ГЛУБИНЫ ДЕТАЛИЗАЦИИ.

### КАК СОЗДАТЬ СТРУКТУРУ ВЫСТУПЛЕНИЯ ЗА 4 ШАГА



### ПОСЛЕ СОСТАВЛЕНИЯ СТРУКТУРЫ НЕОБХОДИМО ОПРЕДЕЛИТЬ ВИД ДОКЛАДА



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ ЗДЕСЬ



ЕСЛИ ВЫ БУДЕТЕ ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ОДНОЙ ИЗ ВЫБРАННЫХ СТРУКТУР, ЛЮБОЕ СОВЕЩАНИЕ ПРОЙДЕТ БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНО. ВЫ СМОЖЕТЕ ПОЛУЧИТЬ ОДОБРЕНИЕ ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЫ, СОГЛАСОВАТЬ ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ ИЛИ ПРОИНФОРМИРОВАТЬ АДРЕСАТА О ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE



**КОНСТАНТИН БУЙНИН,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ПЕРСПЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ

## СФОКУСИРОВАННАЯ БЕСЕДА КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ



### МЕТОД СФОКУСИРОВАННОЙ БЕСЕДЫ

ОСНОВЫВАЕТСЯ НА 4-УРОВНЕВОЙ МОДЕЛИ ЕСТЕСТВЕННОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ МИРА И ПОВЫШАЕТ КАЧЕСТВО ДИАЛОГА: ПОЗВОЛЯЕТ РАЗОБРАТЬСЯ В ОБСУЖДАЕМОМ ВОПРОСЕ И ДОСТИЧЬ КОНСЕНСУСА.



КЛЮЧЕВЫМ ЭЛЕМЕНТОМ МЕТОДА ЯВЛЯЕТСЯ

**ВОРОНКА ВОПРОСОВ.**  
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВОПРОСОВ ФОКУСИРУЕТ БЕСЕДУ НА ОПРЕДЕЛЕННОЙ ТЕМЕ, ПОДВОДИТ К КОНКРЕТНОМУ ИЗМЕРЕНИЮ СИТУАЦИИ, К ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ РЕАКЦИИ, К ЕЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ И К РЕШЕНИЮ, КОТОРОЕ НЕОБХОДИМО ПРИНЯТЬ.



#### ЧТО ДЕЛАЕМ?

Собираем факты о событии

#### ЧТО?

- Что вы видели?
- Какие слова вспоминаются?
- Что мы сегодня делали?
- Какие события вы вспоминаете из прошлого года?
- Что вы заметили в новой форме документа?

Формулируем личные реакции о произошедшем

#### ЧТО СО МНОЙ?

- Что вам показалось скучным?
- Что особенно радует?
- В чем вы действительно уверены и что не вызывает сомнений?
- Что вас смущает?
- Что вам кажется наиболее рискованным?

Определяем смысл события: полезность, значимость, последствия

#### НУ И ЧТО?

- Что это изменит?
- Каким образом это было бы полезно лично для вас?
- Какие другие моменты нам надо учитывать?
- Какие у нас есть альтернативы?
- Какие изменения нам нужно внести?

Принимаем решения и определяем будущие действия, последующие шаги

#### А ДАЛЬШЕ ЧТО?

- Итак, что мы решим?
- Что бы вы изменили, если бы делали это снова?
- Какие первые шаги мы должны предпринять?
- Что вы собираетесь делать для этого?
- Какой наш ответ?
- Какое решение от нас требуется?



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ



ИСПОЛЬЗУЙТЕ МЕТОД СФОКУСИРОВАННОЙ БЕСЕДЫ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ГРУППОВЫХ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОБСУЖДЕНИЙ. ЗАДАВАЯ ПООЧЕРЕДНО ВОПРОСЫ, МОЖНО ПРИВЕСТИ ВСЕХ К ЕДИНОМУ ПОНИМАНИЮ ПРЕДМЕТА ОБСУЖДЕНИЯ, ЕГО ЗНАЧЕНИЯ И ВЛИЯНИЯ, А ТАКЖЕ ВЫРАБОТАТЬ СОГЛАСОВАННОЕ РЕШЕНИЕ.

**ТАТЬЯНА ЛЕСНИЧЕНКО,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ПО РАЗВИТИЮ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ  
УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ  
В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА  
В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ  
ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

## ПАЛИТРА ХАРАКТЕРОВ ЧЕЛОВЕКА

### КАК УЗНАЕМ [СМЫСЛ ОБЩЕНИЯ]

«Я люблю жизнь и  
хочу наслаждаться  
ею вместе с вами».

«Я люблю власть и  
хочу доминировать  
над вами».

«Я люблю вас и готов  
принести себя в  
жертву ради вас».

«Мне так  
хочется  
понравиться  
вам».

«Оставьте  
меня в покое  
вместе с моими  
мыслями».

### ХАРАКТЕРЫ

#### ЧЕЛОВЕК-ПРАЗДНИК



#### ЧЕЛОВЕК-ПОРЯДОК



#### ЧЕЛОВЕК-ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТЬ



#### ЧЕЛОВЕК-ВПЕЧАТЛЕНИЕ



#### ЧЕЛОВЕК-INSIDE



### ВКЛАД В ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО

Осваивает новые миры  
и расширяет границы  
нашего существования.

Снижает хаос этого  
мира.

Генерирует потенциал  
добра.

Поддерживает  
индустрию развлечений.

Развивает  
интеллектуальный  
потенциал цивилизации.

### КАК ПРИНЯТЬ СВОЕОБРАЗИЕ КАЖДОГО ТИПА ХАРАКТЕРА?

Научитесь радоваться  
жизни вместе с ним!

Цените их  
организованность,  
четкость и  
последовательность!

Цените поток добра,  
которым он вас  
окружает!

Цените, что, привлекая  
внимание, они  
развлекают нас!

Цените его  
интеллектуальный  
потенциал!

### РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОБЩЕНИЮ

#### 1. ПРИВЛЕКАЙТЕ/ПОРУЧАЙТЕ

к решению задач, требующих нестандартного решения. Этот характер эффективен в процессе **ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ**, процесс исполнения/внедрения часто им не интересен.

**2. ИЗЛИШНИЙ** контроль демотивирует.

**1. ПОРУЧАЙТЕ** ему разработку правил, регламентов и законов.

**2. Без** крайней необходимости **НЕ ВНОСИТЕ** изменения в его деятельность: это может вызвать **СОПРОТИВЛЕНИЕ** и/или долгую адаптацию.

**3. БУДЬТЕ** четкими и последовательными.

**4. ПОМНИТЕ** о стремлении к власти и способности манипулировать другими.

**1. ОБРАЩАЙТЕ ВНИМАНИЕ** на его мотивацию.

**2. ИСПОЛЬЗУЙТЕ** стремление создать комфортную обстановку в коллективе, в такой среде он **МАКСИМАЛЬНО ПРОДУКТИВЕН**.

**1. ПОРУЧАЙТЕ** задачи в сфере PR – в этом ему нет равных.

**2. ОБРАЩАЙТЕ** особое внимание на контроль работы.

**3. ОБОЗНАЧАЙТЕ** границы ответственности, сроки исполнения работы. Чаще **ХВАЛИТЕ** его заслуги – это важная составляющая его мотивации.

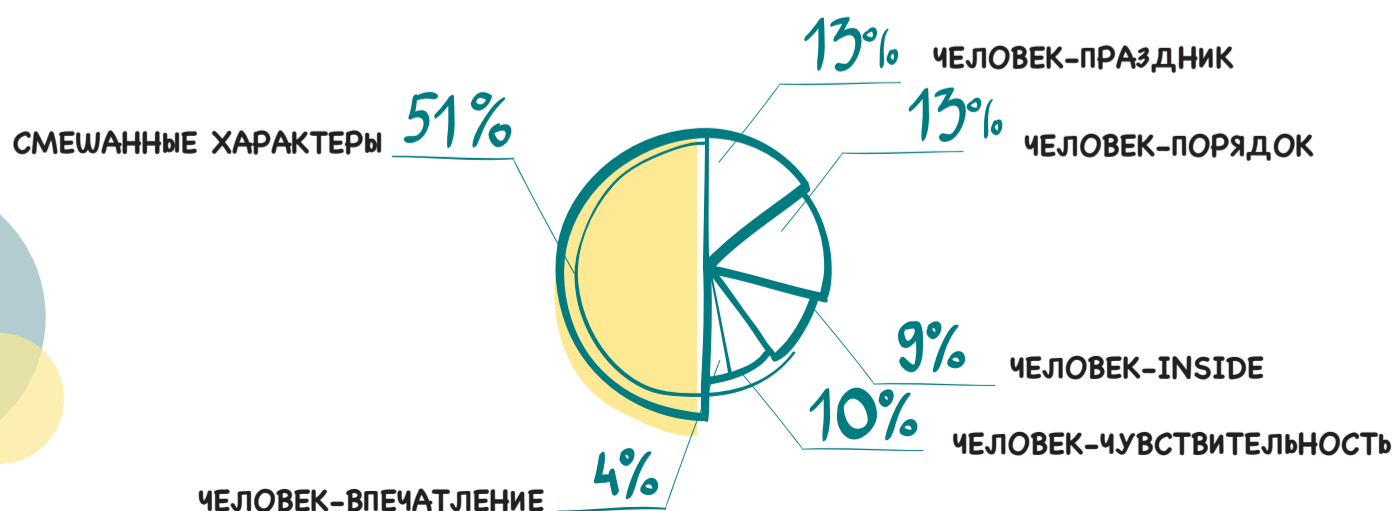
**1. ИСПОЛЬЗУЙТЕ** его гениальность для разработки идей, решения нестандартных, сложных задач, не имеющих явного решения.

**2. НЕ ПОРУЧАЙТЕ** задач, связанных с коммуникацией.

**3. СТАРАЙТЕСЬ** создать свой канал коммуникации с ним.

**4. НЕ ЭФФЕКТИВЕН** в работе в open space, позволяйте создать комфорт на рабочем месте.

## ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КАКОГО ХАРАКТЕРА БОЛЬШЕ?



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**МАРИНА БОГУЧАРОВА,**  
ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

## ЖИЗНЬ В СТИЛЕ AGILE\*: ЛИЧНЫЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

\*Agile – гибкая методология ведения проектов.

### ПРИНЦИПЫ

ВСЕ СИСТЕМЫ РАБОТАЮТ ПО СЛЕДУЮЩЕЙ ТЕХНОЛОГИИ:



#### БАЛАНС ВСЕХ СФЕР ЖИЗНИ

Без четкого разграничения времени работы, личного развития, отдыха и общения с родными и друзьями все, кроме работы, делается по остаточному принципу, а остаточного времени просто не существует.



#### ЖИЗНЬ КАК СЕРИЯ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Жизнь, где каждый шаг – очередная точка роста, новый опыт, новая возможность. Жизнь, когда мы внимательно и регулярно прислушиваемся к себе вместо того, чтобы следовать выдуманному плану и искать социально одобряемый «успех».



#### ГЛАВНОЕ ВРЕМЯ – ВАЖНЫМ ВЕЩАМ

Современный мир полон возможностей. Мы можем реализовать свой потенциал как никогда раньше. Но у любой возможности есть обратная сторона: чем больше вариантов действий, тем сложнее сделать выбор. Для того чтобы добиваться важных целей, нужно научиться говорить громкое и четкое «нет» второстепенным задачам.

### РАБОТА С ЦЕЛЯМИ

**1** ВМЕСТО РАСПЛЫВЧАТЫХ МЕЧТАНИЙ И ПЛАНОВ НА 20 ЛЕТ ПОСТАВЬТЕ СЕБЕ 3 КОРоткие ЦЕЛИ НА 9 НЕДЕЛЬ ИЗ РАЗНЫХ СФЕР СВОЕЙ ЖИЗНИ.

**2** ПРИ ВЫБОРЕ ЦЕЛЕЙ ВАЖНО УБЕДИТЬСЯ, ЧТО ИХ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО СТОИТ ДОБИВАТЬСЯ. ДЛЯ ЭТОГО ЗАДАЙ СЕБЕ ВОПРОС «ПОЧЕМУ ЭТО ДЛЯ МЕНЯ ВАЖНО?» ПЯТЬ РАЗ ПОДРЯД.

**3** ЧЕРЕЗ 9 НЕДЕЛЬ ОЦЕНИ РЕЗУЛЬТАТЫ, ОПРЕДЕЛИ, КАК СКОРРЕКТИРОВАТЬ НАПРАВЛЕНИЕ ДВИЖЕНИЯ В БУДУЩЕМ, И НАГРАДИ СЕБЯ ЗАСЛУЖЕННОЙ «МОРКОВКОЙ».

#### ПРАВИЛА ПРОДУКТИВНОГО ДНЯ



**1** Запланируйте накануне вечером 3 ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ДНЯ: в идеале эти задачи работают на твои 9-недельные цели.

**2** Посвятите самое продуктивное время (первые три часа рабочего времени до обеда) приоритетным задачам.

**3** Научитесь говорить «нет» второстепенным вещам. Если у тебя больше трех приоритетов, у тебя нет приоритетов.

**4** Запланируйте свой отдых в течение дня так же, как ты планируешь важные задачи.

#### ПРИВЫЧКИ

**1** Серьезные перемены в жизни = маленькие системные шаги. Спросите себя честно, что вы можете сделать без особых усилий. Улучшая что-то всего лишь на 1% в день, за год вы добьетесь почти 38-кратного увеличения эффективности!

**2** Установите четкие правила: определите, в какое время дня, где и с помощью чего вы будете тренировать новую привычку.

**3** Отслеживайте свой прогресс: когда вы регулярно замеряете результаты, прогресс ускоряется. Для мониторинга привычек можно использовать любые инструменты: программы для телефона, таблички Excel или бумажные чек-листы.

**4** Не ждите от себя 100%-ных результатов с первого дня. Перфекционизм в этом вопросе – штука опасная. Разница между победителями и проигравшими – в реакции на провал. Разберитесь, что вам помешало, и немедленно возвращайтесь в строй.

#### ЭНЕРГИЯ



**1** Своим энергетическим балансом нужно управлять: вы не сможете дать работе или семье то, чего у вас нет.

**2** Базовых столпа энергии: сон, питание и физическая нагрузка.

**3** Составьте списки ваших личных источников пополнения энергии и запланируйте их в течение дня, каждую неделю, месяц и год.



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ ЗДЕСЬ



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**ИВАН БУЛАВКИН,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

## КОРПОРАТИВНАЯ МИФОЛОГИЯ, ИЛИ СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

### КТО МОЖЕТ МЕНЯТЬ КУЛЬТУРУ?

Обряды и ритуалы проводит шаман племени. Он же осуществляет связь с предками и духами – ценностями компании. Функцию шамана в современной компании может осуществлять директор по инновациям, внешний консультант. Есть примеры, когда для внедрения изменений руководители разных отделов просто менялись на время местами, и это давало очень интересные результаты.

**ВАЖНО!** Функции шамана и вождя не должны совмещаться! Вождь должен заниматься жизнью племени, очень важными текущими делами.

Культура проявляется через обряды и ритуалы, они упорядочивают неупорядоченное и сложное.

### КАК МЕНЯТЬ КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ, 5 ШАГОВ

**1** Изучите существующую культуру (наблюдайте за отношениями людей).

**2** Используйте уже существующие в корпоративной культуре ритуалы (утренние разговоры у кофемашины тоже ритуал) и создавайте новые.

**3** Используйте истории для внедрения новых идей.

**4** Закрепляйте все изменения обрядами и ритуалами.

**5** Не забывайте о тотемах-символах: ценности, миссия, видение; все изменения не должны им противоречить.



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ ЗДЕСЬ

### ИДЕАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ (МОНОМИФ) СОСТОИТ ИЗ СЕМИ ЭТАПОВ

#### 1. ГЕРОЙ

Краткий рассказ о герое: что он хочет, о чем мечтает и почему.

#### 2. ЗОВ ПРИКЛЮЧЕНИЙ

Появление вестника или события, подталкивающего героя к действиям.

#### 3. ВСТРЕЧА С НАСТАВНИКОМ (или друзьями)

Герой находит себе соратников или наставника.

#### 4. ИСПЫТАНИЯ И ВРАГИ

Герой сталкивается с противодействием или какими-либо проблемами.

#### 5. СТОЛКНОВЕНИЕ С ТЬМОЙ, БЕЗДНА И ПЕРЕРОЖДЕНИЕ

Этап, когда герой был на грани поражения, худшее, что могло произойти. Герой меняется навсегда, находит в себе скрытые силы.

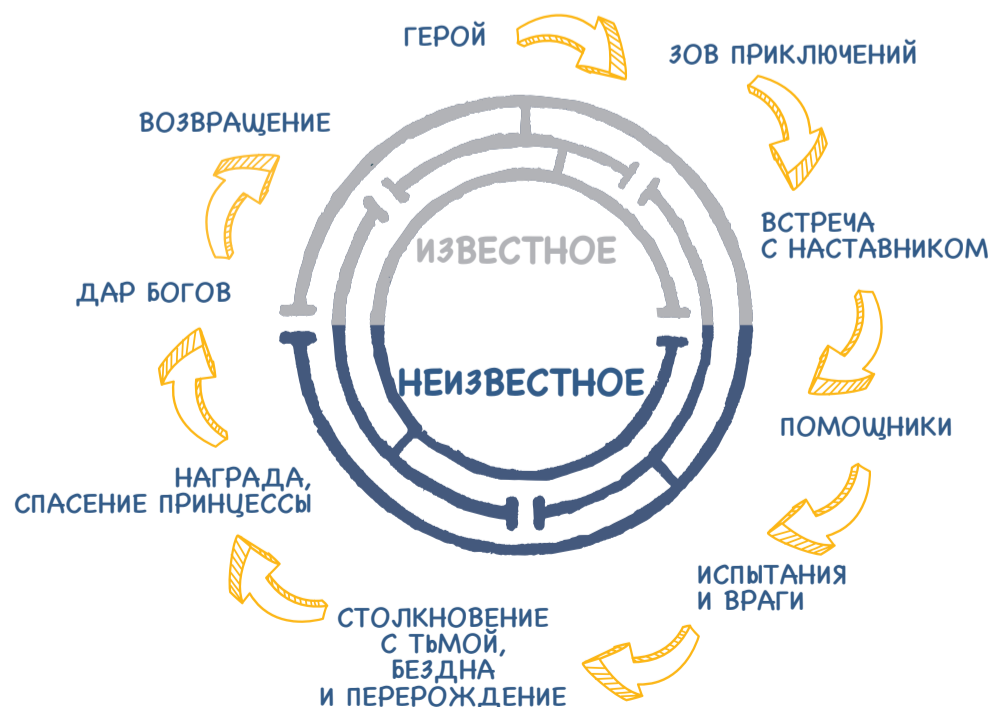
#### 6. НАГРАДА, СПАСЕНИЕ ПРИНЦЕССЫ

Герой выходит победителем, получает особенный дар или технологию, открывает новые горизонты.

#### 7. ВОЗВРАЩЕНИЕ

Герой возвращается домой в новом качестве.

### ПУТЬ ГЕРОЯ





ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**ЕЛЕНА ИСАЕВА,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ

## ТРЕНДЫ В ПОСТРОЕНИИ КАРЬЕРЫ

### ТРИ ТРЕНДА В УПРАВЛЕНИИ КАРЬЕРОЙ



#### ГИБКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Карьерные лестницы уходят в прошлое. Вместо одного конкретного шага продумайте несколько вариантов карьерных сценариев. Реализовывайте их в зависимости от происходящих изменений в компании и мире.



#### ВРЕМЯ ЭКСПЕРТОВ

Из всех видов карьер начинает преобладать экспертный тип. Фокус с управленческого и вертикального вектора развития карьеры смещается в сторону проектных менеджеров и экспертов в конкретных вопросах.



#### ОТКРЫТЫЙ РЫНОК

Рынок труда движется в сторону повышения открытости: свободное размещение вакансий и сбор откликов кандидатов, конкурсный отбор на должности и т.п. Поэтому будьте открыты к новым предложениям и следите за вакансиями.

## ЛАЙФХАКИ УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРОЙ



#### РАСШИРЯЙТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ СЕТЬ КОНТАКТОВ

для того, чтобы знать, к кому обратиться за советом и помощью и быть полезным для других.



#### ДЕМОНСТРИРУЙТЕ РЕЗУЛЬТАТЫ СВОЕЙ РАБОТЫ

для формирования репутации надежного человека и профессионала в своей сфере.



#### СОВЕРШЕНСТВУЙТЕ НАВЫКИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

для открытого разговора о своих сильных сторонах и формирования лучшего понимания, в чем я могу быть полезен компании.



#### ОБУЧАЙТЕСЬ В ТЕЧЕНИЕ ВСЕЙ ЖИЗНИ

для выработки устойчивости к изменениям и адаптивности к различным рабочим сценариям.



#### ИСПОЛЬЗУЙТЕ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

для расширения карьерного «репертуара».

## БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ



НЕСИТЕ САМОСТОЯТЕЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СВОЮ КАРЬЕРУ!



ПРИМЕНЯЙТЕ ГИБКИЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ КАРЬЕРЫ: ИДИТЕ К СВОЕЙ ЦЕЛИ, НО ПРИ ЭТОМ БУДЬТЕ ГОТОВЫ ОТКЛОНЯТЬСЯ В ДВИЖЕНИИ И ПРИСПОСАБЛИВАТЬСЯ К ИЗМЕНЕНИЯМ!



БУДЬТЕ ОТКРЫТЫ ДЛЯ НОВЫХ КАРЬЕРНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, КОТОРЫЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ РАБОТОДАТЕЛЬ!



ВЫБИРАЙТЕ РАЗВИТИЕ КАРЬЕРЫ В СООТВЕТСТВИИ СО СВОИМИ ЛИЧНЫМИ ЦЕННОСТЯМИ И ЦЕЛЯМИ!



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ [ЗДЕСЬ](#)



Р. С. «ИНОГДА СВЕРНУТЬ НЕ ТУДА – ЕДИНСТВЕННЫЙ СПОСОБ ПОПАСТЬ КУДА НУЖНО».

БРАТЯ СТРУГАЦКИЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ  
УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ  
В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА  
В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ  
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ  
ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**АЛИНА АНДРЕЕВА,**  
БИЗНЕС-ТРЕНЕР

## ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА



**ПОЧЕМУ МЫ  
ПРОДОЛЖАЕМ  
НОСИТЬ КРАСИВУЮ, НО  
НЕУДОБНУЮ ОБУВЬ?**



**ЗАЧЕМ МЫ БЕРЕМ  
КРЕДИТ НА ВЕЩИ,  
КОТОРЫЕ НАМ ОСОБО  
НЕ НУЖНЫ?**



**ПОЧЕМУ НА КАССЕ  
СУПЕРМАРКЕТОВ МЫ  
БЕРЕМ ВЕЩИ С ПОЛОК,  
КОТОРЫЕ НАХОДЯТСЯ НА  
УРОВНЕ НАШИХ ГЛАЗ?**

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА - ЭТО ПРО РЕАЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ПОДВЕРЖЕНЫ ЭМОЦИЯМ:  
ПРИНИМАЮТ СИЮМИНУТНЫЕ И ДАЛЕКО НЕ САМЫЕ ОПТИМАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ.

ПЕРВЫМ УЧЁНЫМ, КОТОРЫЙ ИССЛЕДОВАЛ НЕРАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА, БЫЛ ГЕРБЕРТ САЙМОН.  
ОН В 1978 ГОДУ ПОЛУЧИЛ НОБЕЛЕВСКУЮ ПРЕМИЮ ПО ЭКОНОМИКЕ «ЗА НОВАТОРСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ, В ФИРМАХ». БЛАГОДАРЯ ДАНИЭЛЮ  
КАНЕМАНУ И РИЧАРДУ ТАЛЕРУ, ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ ОКАЗАЛИСЬ ОФИЦИАЛЬНО  
ПРИЗНАНЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКОЙ.

## ОСНОВНЫЕ ЭФФЕКТЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

### НАЗВАНИЕ

#### **ЭФФЕКТ ВЛАДЕНИЯ**

«Эффект котенка в руках» в продажах.

#### **ЭФФЕКТ «ИКЕА»**

Мы ценим продукт или процесс гораздо больше, если вложили в него частичку себя.

#### **ФРЕЙМИНГ**

Формулировка на вывеске/упаковке/в заголовке имеет значение. Но обычный человек (человек поведенческой экономики) читает вывеску так, как она написана, а не что она значит на самом деле.

#### **ЭФФЕКТ ПРИВЯЗКИ**

При демонстрации крупных цифр или роскошных иллюстраций в рекламных сообщениях покупка может быть более дорогой.

#### **КОНЦЕПЦИЯ МЕНТАЛЬНОГО УЧЕТА**

### СУТЬ

Человек оценивает тот объект, которым он владеет, выше, чем аналогичный объект, которым не владеет.

Человек склонен переоценивать значимость объекта, в создании которого он принимал участие.

В зависимости от формулировки человек по-разному воспринимает ситуацию и различные варианты выбора, которые у него есть.

Каждый раз, принимая решения, человек ориентируется на некую точку отсчета: он воспринимает и делает свой выбор не в абсолютных значениях, а в относительных, относительно чего-то.

У каждого человека есть свой «внутренний бухгалтер», который распределяет все деньги в уме по различным «счетам». Постоянные доходы он направляет на приобретение предметов первой необходимости, а случайные доходы (премии, выигрыши, подарки) – на развлечения и путешествия. Восприятие: получает легко – значит и тратить их можно легко; получает тяжело – тратит небыстро.

### ГДЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ

Автосалоны (тест-драйв), платные приложения с бесплатными демоверсиями, примерка одежды и аксессуаров в магазинах, интернет-магазины.

Мебель из IKEA, магазины для дома формата «Сделай сам», LEGO, Subway.

Биокосметика, рестораны и продукты быстрого питания: состав бургеров и десертов. Фразу «обезжирен на 80%» и «содержит на 50% меньше сахара» обычный человек прочитает так, как она написана, хотя на самом деле это означает: «содержит 20% жира» и «содержит 50% сахара».

Подписка на почтовые и рекламные рассылки, приобретение билетов на сайтах, магазины розничной торговли и т.п.

Индустрия развлечений в торгово-развлекательных комплексах, дорогие салоны красоты, автозаправки при скачках цен, лишние траты в отпуске и поездках за границу: магнитики, сувениры.



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ





ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**АЛЕКСЕЙ КОРОСТЕЛЁВ,**  
ЭКСПЕРТ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

## СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДАННЫХ

### С ЧЕГО НУЖНО НАЧАТЬ ИЗУЧЕНИЕ СИСТЕМ АНАЛИТИКИ?

**ПРЕЖДЕ ВСЕГО НУЖНО РАЗОБРАТЬСЯ С ПОНЯТИЕМ «ДАШБОРД»**

В переводе с английского dashboard – это приборная панель, показывающая различные данные. Простейшие дашборды знакомы с детства: это будильник, градусник, приборная панель автомобиля.



**СЕГОДНЯ ДАШБОРДЫ АКТИВНО ПРИМЕНЯЮТСЯ В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ**

Это инструмент, который не только визуализирует, но и анализирует любые данные. Если у вас много информации (статистики, результатов или цифр, которые нужно наглядно представить, объяснить и проанализировать), этот инструмент вам пригодится.

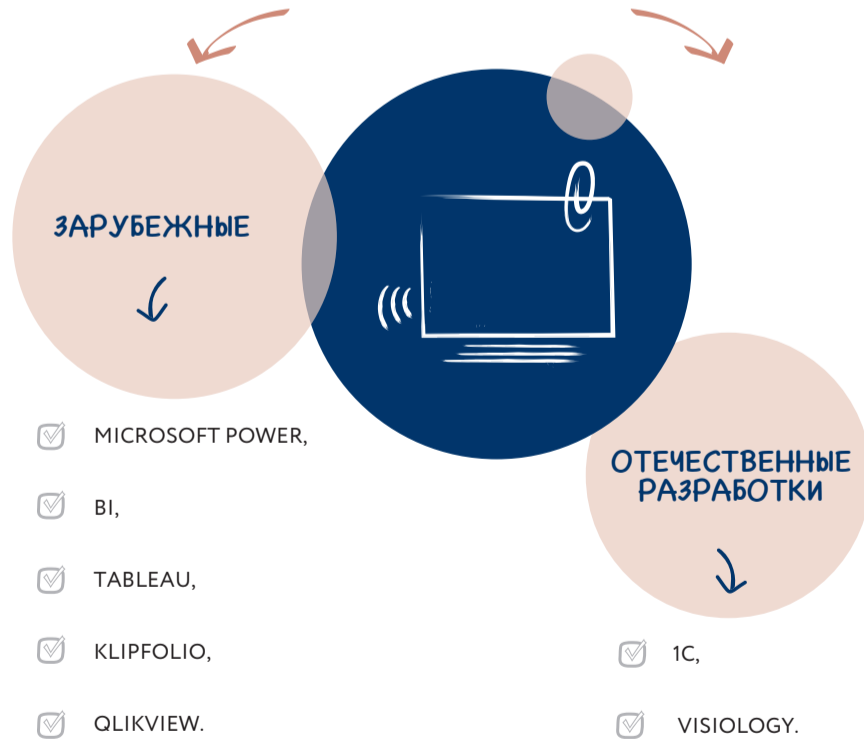


Более того, неважно, сейчас вы руководитель подразделения с многостраничным отчетом или спортсмен с данными о пробежках.

**Вы СМОЖЕТЕ ПРЕДСТАВИТЬ ИНФОРМАЦИЮ НАГЛЯДНО, ОЦЕНИТЬ ВАЖНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, В РЕЗУЛЬТАТЕ ЧЕГО ПРИНЯТЬ БОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ**

### КАКИЕ ПРОГРАММЫ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ АНАЛИТИКИ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ?

**СУЩЕСТВУЕТ МНОЖЕСТВО ПРОГРАММ И СИСТЕМ**



**КАК РАБОТАЮТ ЭТИ ПРОГРАММЫ?**

**ВСЕ СИСТЕМЫ РАБОТАЮТ ПО СЛЕДУЮЩЕЙ ТЕХНОЛОГИИ:**

1. ПОДКЛЮЧЕНИЕ К ДАННЫМ;
2. ПРЕОБРАЗОВАНИЕ И ОЧИСТКА ДАННЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ МОДЕЛИ ДАННЫХ;
3. СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ: ДИАГРАММ, ГРАФИКОВ И Т.П.;
4. СОЗДАНИЕ ОТЧЕТОВ, КОТОРЫЕ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ КОЛЛЕКЦИИ ВИЗУАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ СТРАНИЦАХ ОТЧЕТА;
5. СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТЧЕТОВ ЧЕРЕЗ INTERNET ИЛИ МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ.

✓ Доступно подключение нескольких сотрудников для сбора информации и согласования данных

✓ Можно загружать данные из различных источников

### ГДЕ МОЖНО ПОСМОТРЕТЬ ПРИМЕРЫ ГОТОВЫХ ДАШБОРДОВ?

ПРЕДЛАГАЕМ ОЗНАКОМИТЬСЯ С ДАШБОРДАМИ, СОЗДАНЫМИ ПРИ ПОМОЩИ РОССИЙСКОЙ ПЛАТФОРМЫ VISIOLOGY С ДОСТУПАМИ DEMO/DEMO

[HTTPS://CORP.POLYMEDIA.RU/](https://corp.polymedia.ru/)



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА Вы можете посмотреть здесь



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE



**ЕВГЕНИЯ БОЧКОВА,**  
КООРДИНАТОР ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕЗЕРВА

## ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ HDI<sup>®</sup>

<sup>®</sup> Herrmann Dominanz Instrument.

### К КАКОМУ ТИПУ ЛИЧНОСТИ МОЖНО ОТНЕСТИ ВАС И ВАШИХ КОЛЛЕГ?

#### АНАЛИТИК

- ✓ Главная ценность в работе – это результат.
- ✓ Хорошо справляется с обработкой и анализом информации, расчетами и работами со статистическими данными, с технической информацией и юридическими документами.
- ✓ Способен решать проблемы, обладает логическим складом ума, четко мыслит.
- ✓ Любит работать с формулами и строить системы, давать указания.
- ✓ Обладает высокой концентрацией при выполнении задач.
- ✓ Не склонен обсуждать проблемы с коллегами.



#### ОРГАНИЗАТОР

- ✓ Главная ценность в работе – это минимизация ошибок.
- ✓ Хорошо справляется с исполнением и контролем задач.
- ✓ Умеет накапливать опыт.
- ✓ Анализирует ошибки и вычленяет проблемы, недочеты, риски.
- ✓ Умеет разрабатывать и соблюдать регламенты, стандарты и т.п.
- ✓ Ас в тайм-менеджменте.
- ✓ Четко распределяет обязанности.
- ✓ Умеет фокусироваться на краткосрочных задачах.



#### КРЕАТИВЩИК

- ✓ Главная ценность в работе – чувство собственной свободы, возможность пробовать новое, рисковать, предлагать инновации.
- ✓ Хорошо работает в областях предвидения будущего, придумывания и преподнесения идей.
- ✓ Создает целостные концепции.
- ✓ Эффективно использует интуицию.
- ✓ Иницирует перемены.
- ✓ Способен изображать проблемы наглядным способом.
- ✓ Обладает стратегическим мышлением.
- ✓ Чаще работает без четкого плана.



#### ПСИХОЛОГ

- ✓ Главная ценность в работе – быть в гармонии со своей командой, со своими убеждениями, с собой.
- ✓ Хорошо работает в областях, где требуется работать с людьми.
- ✓ Генерирует идеи.
- ✓ Преподает и тренирует, нацелен на развитие других.
- ✓ Пишет, в том числе увлекательные письма.
- ✓ Может убеждать других, консультировать.
- ✓ Заботится о рабочем климате.
- ✓ Успеха достигает через общение.



## ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЗНАНИЯ О ТИПАХ ЛИЧНОСТИ

1

**ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ ВНУТРИ СВОЕЙ КОМАНДЫ** наблюдайте и спрашивайте у другого: как с тобой говорить, чтобы ты меня понял? как донести до тебя информацию, чтобы ты усвоил? что для тебя является важным при коммуникации?

2

**ДЛЯ УСПЕШНОГО ПРОВЕДЕНИЯ ВСТРЕЧ** побольше узнайте о своих партнерах и подготовьте аргументы, отвечающие их типу личности. Внимательно слушайте собеседника и разговаривайте с ним на понятном именно для него языке логики и эмоциональности.

3

**ДЛЯ ЗАПОМИНАЮЩЕГОСЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ** выделите 3–5 основных тезиса, которые должны запомнить слушатели, и подготовьте аргументы под каждый тип личности, используя микс визуализации, аналитики, структуры, деталей, организации, метафор, юмора, общения, проявления эмоций, музыки.

4

**ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО РУКОВОДСТВА СВОЕЙ КОМАНДОЙ** определите тип личности у своих коллег и постепенно перераспределяйте задачи между участниками команды, используя максимально их способности.



ВИДЕОЗАПИСЬ  
МАСТЕР-КЛАССА  
ВЫ МОЖЕТЕ  
ПОСМОТРЕТЬ  
ЗДЕСЬ





ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ УНИВЕРСИТЕТА. РЕАЛИЗУЕТСЯ В АККАУНТАХ УНИВЕРСИТЕТА В СОЦСЕТЯХ И СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ОАО «РЖД» #УНИВЕРСИТЕТРЖД\_LIVE

**НАТАЛИЯ ИВАНОВА,**  
ДИЗАЙНЕР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

## СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СТРЕССОМ

### СИМПТОМЫ СТРЕССА:



### СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СТРЕССОМ\*

**1. АКТИВНОЕ СОВЛАДАНИЕ** – активные шаги или прямые действия, направленные на преодоление стрессовой ситуации.

**2. ПЛАНИРОВАНИЕ** – обдумывание того, как действовать в отношении трудной жизненной ситуации, разработка стратегий поведения.

**3. ПОДАВЛЕНИЕ КОНКУРИРУЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** – избегание отвлечения другими видами активности и, возможно, игнорирование других вещей, с тем чтобы активнее справиться со стрессовой ситуацией.

**4. СДЕРЖИВАНИЕ СОВЛАДАНИЯ** – ожидание подходящего для действий момента и отказ от слишком поспешных, импульсивных действий.

**5. ПОИСК СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА** – стремление получить совет, помощь или информацию.

**6. ПОИСК СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ПО ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ ПРИЧИНАМ** – стремление найти эмоциональную, моральную поддержку, сочувствие и понимание.

**7. КОНЦЕНТРАЦИЯ НА ЭМОЦИЯХ И ИХ АКТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ** – фокусировка на неприятных эмоциях и выражении чувств.

**8. ПОЗИТИВНОЕ ПЕРЕФОРМУЛИРОВАНИЕ И ЛИЧНОСТНЫЙ РОСТ** – попытки переосмыслить стрессовую ситуацию в позитивном ключе.

**9. ОТРИЦАНИЕ** – отказ верить в случившееся или попытки отрицать его реальность.

**10. ПРИНЯТИЕ** – принятие реальности произошедшего, стрессовой ситуации.

**11. ОБРАЩЕНИЕ К РЕЛИГИИ** – обращение к помощи Бога, вере, религии.

**12. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ «УСПОКОИТЕЛЬНЫХ»** – использование алкоголя, лекарственных средств или наркотиков как способ избегания проблемы и улучшения самочувствия.



ПРОЙДИТЕ ТЕСТ И УЗНАЙТЕ, КАКИЕ СТРАТЕГИИ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ВЫ

**13. ЮМОР**

**14. ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ УХОД ОТ ПРОБЛЕМЫ** – отказ от достижения цели.

**15. МЫСЛЕННЫЙ УХОД ОТ ПРОБЛЕМЫ** – использование различных видов активности для отвлечения от неприятных мыслей, связанных с проблемой, например фантазирование, сон.

\*Классификация стратегий Ч. Карвера, М. Шейера, Дж. Вентрауба

### КАК ПРИМЕНИТЬ ТУ ИЛИ ИНУЮ СТРАТЕГИЮ УПРАВЛЕНИЯ СТРЕССОМ?



ИЗМЕРЬТЕ СВОЙ УРОВЕНЬ СТРЕССА

Проанализируйте каждую стратегию и напишите конкретные действия, которые вы делаете в рамках этой стратегии, чтобы совладать со стрессом

Подумайте, какие действия вы пока не делаете, но могли бы делать в рамках этой стратегии.

Используйте новые способы: например, увиденные в фильмах, прочитанные в книгах, услышанные от друзей.



ВИДЕОЗАПИСЬ МАСТЕР-КЛАССА ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ ЗДЕСЬ