

DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-1-90-107

Обучение предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах: российская и зарубежная практика

М. А. Лукашенко^{1*}, Т. Ю. Добровольская¹

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* MLukashenko@synergy.ru

Аннотация. Обучение предпринимательству сегодня является предметом пристального внимания образовательного сообщества. Важная составляющая такого обучения – проблематика предпринимательских коммуникаций, которые затрагивают все аспекты функционирования любого бизнеса. Внешние коммуникации направлены на обеспечение делового взаимодействия компании с такими заинтересованными сторонами, как клиенты, партнеры, конкуренты, органы государственной власти, инвесторы, а внутренние коммуникации – на повышение эффективности бизнес-процессов. Поэтому обучение предпринимательским коммуникациям является актуальной научной и практической задачей. Актуальность еще более возрастает в условиях интенсивного развития ИКТ и особенно в условиях пандемии, когда образовательный процесс в значительном объеме переходит в онлайн. Целью настоящей статьи является аналитический обзор российских и зарубежных практик обучения предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах. В статье уточнено понятие предпринимательских коммуникаций и представлено их рассмотрение как предмета обучения, показано, что в научной литературе нет единства в толковании данного понятия. В большинстве источников оно замещено понятиями «бизнес-коммуникация», «деловая коммуникация». Представлен широкий обзор курсов обучения бизнес-коммуникациям на российских и зарубежных образовательных платформах, таких как «Открытое образование», Skillbox, «Нетология», Product Live, Product Star, Laba, «Яндекс.Практикум», Coursera, Udemy, EdX, MIT OCW, Alison. Наибольшее количество курсов по бизнес-коммуникациям представлено на платформах Coursera, Udemy и «Открытое образование». Контент выявленных курсов направлен на формирование персональной коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии – умение проводить переговоры и презентации, выступать публично и т. д., безотносительно предпринимательской специфики. Обосновано применение таких методов обучения предпринимательским коммуникациям, как хакатоны, митапы, VR- и AR-технологии. Показано, что для отработки предпринимательской коммуникации могут быть использованы следующие приложения: VirtualSpeech, Glue, MeetinVR, Stage.

Ключевые слова: предпринимательские коммуникации, бизнес-коммуникации, деловая коммуникация, образовательная платформа, обучение коммуникациям

Для цитирования: Лукашенко М. А., Добровольская Т. Ю. Обучение предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах: российская и зарубежная практика // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 1. С. 90–107. DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-90-107

Teaching Entrepreneurial Communications Using Educational Platforms: Russian and Foreign Practices

M. Lukashenko^{1*}, T. Dobrovolskaya¹

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* MLukashenko@synergy.ru

Abstract. Entrepreneurial education today is the subject of close attention of the educational community. An important component of such training is the issue of entrepreneurial communication, which affects all aspects of the functioning of any business. External communications are aimed at ensuring the company's business interaction with such stakeholders as customers, partners, competitors, government authorities, investors, while internal communications are aimed at improving the efficiency of business processes. Therefore teaching entrepreneurial communications is an urgent scientific and practical task. The relevance increases even more in the conditions of intensive development of ICT and especially in the context of the pandemic, when the educational process is moving to a large extent online. The purpose of this article is to provide an analytical review of Russian and foreign practices of teaching entrepreneurial communications on educational platforms. The article clarifies the concept of entrepreneurial communications and presents their consideration as a subject of study, it is shown that in the scientific literature there is no unity in the interpretation of this concept. In most sources it is replaced by the concept of "business communication". A broad overview of business communications training courses on Russian and foreign educational platforms, such as Open Education, Skillbox, Netology, Product Live, Product Star, Laba, Yandex Practicum, Coursera, Udemy, EdX, MIT OCW, Alison, is presented. The largest number of business communications courses are presented on the Coursera, Udemy and Open Education platforms. The content of the identified courses is aimed at the formation of personal communicative competence in business interaction – the ability to negotiate, speak in public, etc., regardless of entrepreneurial specifics. The use of such methods of teaching entrepreneurial communications as hackathons, meetups, VR and AR technologies is substantiated. It is shown that the following applications can be used to develop entrepreneurial communication: VirtualSpeech, Glue, MeetinVR, Stage.

Keywords: entrepreneurial communications, business communications, practical communication, educational platform, communication training

For citation: Lukashenko M., Dobrovolskaya T. Teaching Entrepreneurial Communications Using Educational Platforms: Russian and Foreign Practices. *Sovremennaya konkurentsija*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.1, pp.90-107 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-90-107

Введение

В последние годы проблематика обучения предпринимательству в России становится все более актуальным предметом научного исследования и находит отражение во множестве публикаций [1–5]. Между тем предпринимательство неразрывно связано как с внешними, так

и внутренними коммуникациями организации. В 2019 г. PwC совместно с Мюнстерским университетом прикладных наук провели опрос среди руководителей стартапов в Европе, которые были основаны не более восьми лет назад. В данном опросе участвовали представители 50 российских стартапов, которые базируются в Москве или активно используют инновационную

инфраструктуру города. В выборку вошли 590 CEO и основателей компаний ранних стадий, действующих на территории 19 европейских городов. Одна из целей опроса – выявить, насколько создатели стартапов испытывают сложности с наймом сотрудников и привлечением капитала.

По данным опроса, команда специалистов, занятых в стартапе, – это одно из основополагающих условий успеха всего предприятия и важный пункт, на который обращают внимание инвесторы. Говоря о требованиях к сотрудникам, подавляющее большинство респондентов указывали навыки межличностного общения (89%), а также нестандартность мышления (88%) и креативность (84%) [6]. Предприниматели считают, что важнее всего найти людей с развитыми социальными и когнитивными навыками: межличностным взаимодействием, креативностью, критическим мышлением, умением решать проблемы. Эти требования к предпринимательской коммуникации логичны и обоснованы, так как стартапам часто приходится адаптироваться к новым обстоятельствам и условиям в быстро меняющейся реальности.

Предпринимательская коммуникация также связана с клиентами, партнерами, сотрудниками. Сегодня уже недостаточно просто предоставлять клиенту качественный товар или услугу. В условиях открытого рынка и высококонкурентной среды важно выстраивать результативные и долгосрочные отношения, формировать лояльность к бренду. Причем налаживать связи нужно не только в офлайн-, но и в онлайн-пространстве при помощи социальных сетей и корпоративных медиа. Очевидно, что без базовых знаний коммуникативных техник сделать это сложно или вообще невозможно.

Помимо клиентов, предприниматель взаимодействует с партнерами – арендодателями, поставщиками, подрядчиками. Неправильно выстроенные коммуникационные процессы приводят к срыву сроков поставки, несоблюдению условий сделок, некор-

ректному составлению договоров. Это в итоге ведет к снижению конкурентоспособности компании.

Поэтому исследование процессов обучения предпринимательским коммуникациям, от выявления контента обучающих курсов до анализа образовательных технологий, является актуальной научной задачей.

Целью данной статьи является аналитический обзор российских и зарубежных практик обучения предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1. Уточнить понятие предпринимательских коммуникаций.
2. Рассмотреть предпринимательские коммуникации как предмет обучения.
3. Проанализировать наличие курсов обучения предпринимательским коммуникациям на российских и зарубежных образовательных платформах, находящихся в открытом доступе, а также платного контента.
4. Выявить существующие методы обучения предпринимательским коммуникациям и указать наиболее перспективные из них.

В качестве **методологии исследования** использовался анализ российской и зарубежной научной литературы, интернет-источников, контента образовательных платформ. Согласно международному опыту, для определения наиболее эффективных онлайн-курсов по обучению предпринимательским коммуникациям был осуществлен поиск источников в российских и международных базах публикаций на основе ключевых слов «обучение предпринимательской коммуникации». Поскольку поисковые результаты оказались неудовлетворительными, было принято решение использовать компетентностный подход. Предпринимательская коммуникация относится к общим предпринимательским навыкам, независимым от особенностей конкретной отрасли или предприятия и востребованным на любом рабочем месте. Alexander Tittel и Orestis

Terzidis в 2020 году опубликовали исследование «Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences», в котором сделали обзор компетенций и навыков предпринимателя [7]. Опираясь на результаты данного исследования, можно выделить следующие предпринимательские навыки, связанные с коммуникацией: командная работа, коммуникация в устной и письменной форме, презентация в устной и письменной форме, принятие решения, критическое мышление, умение слушать, убеждение и аргументация, нетворкинг – построение и поддержание бизнес-отношений, ведение переговоров, базовые навыки продаж, самопрезентация, публичные выступления. На основании этих ключевых слов был осуществлен поиск онлайн-курсов по предпринимательской коммуникации.

Были использованы такие базы научно-го цитирования, как Google Scholar, Scopus, eLibrary, Academia, а также данные известных интернет-платформ. В связи с отсутствием в литературе четких индикаторов эффективности онлайн-курсов и программ по обучению предпринимательским коммуникациям, в качестве «лидеров» рассматривались курсы, реализуемые вузами, входящими в международные рейтинги университетов по предпринимательской направленности – QS World University Rankings.

Обзор литературы

Описание проблемы обучения предпринимательским коммуникациям содержится в целом ряде работ отечественных и зарубежных ученых. Так, ей уделяли внимание такие эксперты, как Ю. Б. Рубин, Е. В. Алексеева, О. Ю. Ермоловская, А. И. Коваленко, Д. П. Можжухин, А. Ю. Погорелова, О. Н. Потапова, Т. А. Пузыня, Е. В. Ушакова, Г. Н. Чернухина, Catherine Flynn, Joel Olson, Michelle Reinhardt, Alexander Tittel и Orestis Terzidis [7].

Ю. Б. Рубин, Е. В. Алексеева, Д. П. Можжухин на основе анализа ядра профессиональной компетентности предпринимателя проводят обоснование модели практико-ориентированного обучения предпринимательским коммуникациям. Авторы предлагают инновационные методики и технологии обучения предпринимательским коммуникациям, раскрывая последовательность формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций на уровнях бакалавриата и магистратуры по предпринимательским программам [8].

Г. Н. Чернухина, О. Ю. Ермоловская рассматривают основные направления развития человеческого капитала для обеспечения цифровизации экономики и конкурентоспособности в условиях глобализации. Подчеркивают, что обучение предпринимательским коммуникациям – это инвестиции в человеческий капитал организации, которая должна позаботиться о создании среды, где смогут работать компетентные сотрудники, способные создавать и использовать цифровые технологии на благо своей компании [9].

А. И. Коваленко представляет обзор предпринимательского образования, уделяя особое внимание методикам обучения предпринимательским коммуникациям [10].

Е. В. Ушакова подчеркивает необходимость владения высоким уровнем коммуникативной компетенции как одним из условий личной конкурентоспособности предпринимателя. Обучение предпринимательским коммуникациям включает знание основных норм русского литературного языка, умение составлять устные и письменные тексты в соответствии с функциональными стилями русского литературного языка, владение навыком создания аргументированных высказываний; знание этикетных средств речи и умение выбирать наиболее эффективные из них для осуществления деловой коммуникации [11].

Ю. Б. Рубин, Е. В. Алексеева, М. В. Леднев, Д. П. Можжухин, А. Ю. Погорелова,

О. Н. Потапова, Т. А. Пузыня рассматривают стартаперские компетенции как совокупность специальных знаний и навыков, необходимых предпринимателям для успешного вхождения в собственный бизнес. Авторы отмечают, что обучение предпринимательским коммуникациям является неотъемлемой частью стартаперских компетенций [12].

Учеными Catherine Flynn, Joel Olson, Michelle Reinhardt рассматривается проблема самоорганизации студентов в условиях самостоятельного обучения предпринимательским коммуникациям и поддержка такого обучения со стороны преподавателей [13].

К сожалению, ни специфика обучения предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах, ни обзор курсов, посвященных такому обучению, не встречается ни в российских, ни в зарубежных научных изданиях. Это обуславливает необходимость соответствующего научно-исследования.

Понятие предпринимательских коммуникаций

В научной литературе понятие «предпринимательская коммуникация» недостаточно представлено, и нет единства в его толковании. В большинстве источников оно заменяется понятиями «деловая коммуникация», «бизнес-коммуникация», хотя и они интерпретируются по-разному. Так, под деловой коммуникацией понимается «вербальное и невербальное взаимодействие во внешней и внутренней профессиональной среде с целью решения той или иной задачи» [14], «способ организации и оптимизации того или иного вида деятельности (профессиональной, производственной, научной, коммерческой, политической и т. д.)» [15]. Бизнес-коммуникации «правомерно определить как науку, объектом исследования которой являются аспекты общения людей в деловой сфере, факторы обеспечения эффективности деловых контактов» [16]. Деловую ком-

муникацию нередко отождествляют с общением: «Деловая коммуникация представляет собой синтез нескольких составляющих общения: взаимодействие партнеров по бизнесу, их влияние друг на друга, соперничество и взаимное понимание друг друга для достижения желаемого коммерческого результата» [17].

Джон Р. Дарлинг и Стивен Биби в статье «Эффективная предпринимательская коммуникация в развитии организации: достижение совершенства на основе лидерских стратегий и ценностей» отмечают, что «эффективное общение – это основное средство, с помощью которого предприниматели достигают желаемого уровня совершенства в развитии своих организаций. Исследования показывают, что основные отражения передового опыта в предпринимательских организациях сосредоточены в первую очередь на заботе о клиентах, постоянных инновациях, преданных людях и управленческом лидерстве» [18].

В исследовании «Предпринимательство и коммуникация» Джента Берлин определяет предпринимательскую коммуникацию как предоставление, получение или обмен информацией, мнениями или идеями с помощью письменных, речевых или визуальных средств, чтобы передаваемый материал был полностью понятен всем заинтересованным лицам [19].

На наш взгляд, определение коммуникации как обмен информацией между двумя и более людьми отнюдь не в полной мере отражает сущность и содержание предпринимательской коммуникации, поскольку в данном определении не придается значение цели такого обмена.

По мнению Ю. Б. Рубина, бизнес-коммуникации – это способы взаимодействия сторон в ходе ведения предпринимательского дела, в которых проявляются и реализуются взаимные деловые отношения данных сторон. Любые бизнес-процессы, осуществляемые при наличии двух или более сторон, обязательно сопровождаются бизнес-

коммуникациями этих сторон [20]. Из этого следует, что для обеспечения эффективности бизнес-процессов необходимо эффективное управление коммуникациями, сопровождающими данные бизнес-процессы.

В концепции Ю. Б. Рубина «технологии, приемы и стереотипы поведения формируют каналы коммуникаций предпринимателей с клиентами, поставщиками, партнерами по общему и совместному бизнесу, с представителями общественности, включая органы власти и СМИ» [20]. Автор полагает, что успех предпринимателей зависит не от навыков коммуникабельности, а от содержания предпринимательских коммуникаций и целевых установок в бизнесе.

Рассматривая деятельность предпринимательских структур, Е. С. Удалова выделяет коммерческие коммуникации, под которыми понимается «совокупность процессов информационного обмена с потребителями, торговыми и медиапосредниками, имеющая целью продажу продукции предприятия» [21].

Н. В. Долгушева интерпретирует предпринимательскую коммуникацию как бизнес-коммуникацию и дает следующее определение: «Под бизнес-коммуникациями понимается система отношений, которые субъекты предпринимательства устанавливают со структурами и институтами общества с целью максимизации доходов и достижения конкурентных преимуществ» [22].

Таким образом, нет единого определения понятия «предпринимательская коммуникация» в экономической литературе. Исследователи используют разные термины для определения предпринимательской коммуникации – деловая коммуникация, бизнес-коммуникация, коммерческая коммуникация, выделяя те или иные аспекты, значимые для взаимодействия предпринимателя с интересантами.

На наш взгляд, предпринимательская коммуникация – интегрированное понятие, включающее как деловое взаимодействие предпринимателя с теми или иными субъектами бизнеса, направленное в конечном

счете на обеспечение его конкурентоспособности и эффективности, так и совокупность коммуникативных способностей, знаний и умений, необходимых и достаточных для эффективного решения тех или иных коммуникативных задач. Деловые коммуникации, бизнес-коммуникации включаются в понятие предпринимательских коммуникаций.

Предпринимательские коммуникации как предмет обучения

Коммуникативная компетентность предпринимателя проявляется двояко: с одной стороны, это эффективное управление коммуникациями как бизнес-процессом взаимодействия компании с заинтересованными сторонами; с другой стороны, это персональная коммуникабельность, способность к деловому общению как таковому, знания технологий убеждения, воздействия и т. д. и умения применять их в нужном контексте [23]. К заинтересованным сторонам следует относить реальных и потенциальных клиентов, партнеров, конкурентов, органы государственной власти и управления, инвесторов, средства массовой информации, а также менеджеров и сотрудников предприятия. В силу того, что коммуникации с каждой заинтересованной стороной имеют свою специфику, преследуют конкретные цели и направлены на решение вполне определенных задач, единый глубокий комплексный курс по предпринимательским коммуникациям вряд ли целесообразен. На наш взгляд, более результативен набор обучающих курсов, рассматривающих различные аспекты данной проблематики, которые в совокупности перекроют компетенции, требуемые предпринимателям для эффективного управления внешними и внутренними коммуникациями. Что, разумеется, не исключает рассмотрения соответствующего контента в курсе «Основы предпринимательства», как это сделано, например, в [20].

Анализируя предпринимательские компетенции, выделяемые Международным консорциумом предпринимательского образования, отметим, что большинство из них напрямую затрагивает владение предпринимательскими коммуникациями:

- «умение коммуницировать с покупателями, клиентами, поставщиками, конкурентами, провайдером услуг и другими представителями бизнес-окружения; умение обсуждать и убеждать;

- умение устанавливать связи с другими предпринимателями и представителями окружения для совместного обучения, сотрудничества и другой совместной деятельности, направленной на достижение общих целей;

- компетенции, связанные с развитием предпринимательских и обучающихся организаций, управлением процессами бизнес-развития, выстраивания социальных сетей и гибкой стратегической направленности» [24].

Состав компетенций выпускников по программе обучения предпринимательству для бакалавриата, разработанный Национальной ассоциацией обучения предпринимательству (РАОП), включает «компетенции в области коммуникативной деятельности, в том числе умение осуществлять и поддерживать бизнес-коммуникации с партнерами, потребителями, поставщиками, работниками, конкурентами, государственными органами и их сотрудниками, СМИ, общественными организациями, умение использовать внутрифирменные бизнес-коммуникации для консолидации коллектива вокруг корпоративных ценностей и построения внутреннего имиджа компании, навыки построения внешнего имиджа посредством PR- и GR-коммуникаций» [25]. Однако если мы проанализируем иные компетенции, то практически в каждой найдем умения и навыки, связанные с коммуникациями. Например, компетенции в области учреждения нового бизнеса включают умение находить и выбирать партнеров в общем бизнесе и умение договариваться с инвесторами; компетенции в области ведения собственного бизне-

са – умение формировать и поддерживать внутрифирменную организационную культуру, положительный психологический климат в компании; компетенции в области прекращения участия в бизнесе – умение обеспечивать коммуникации с инвестиционными посредниками и консультантами и т. д. [25].

Таким образом, обучение предпринимательским коммуникациям требует проектирования целого ряда учебных курсов, направленных на формирование профессиональных компетенций в области как управления коммуникативными процессами, например «PR-коммуникации», «GR-коммуникации», «Отношения с инвесторами», так и развития персональной коммуникабельности, например «Публичные выступления», «Навыки ведения переговоров» и т. д. Безусловно, контент обучения предпринимательским коммуникациям будет зависеть от адресата коммуникации. Так, содержание обучения предпринимательским коммуникациям с клиентами будет отличаться от обучения предпринимательским коммуникациям с работниками, общественностью, поставщиками. В силу того, что рассмотрение полного арсенала образовательных программ, направленных на формирование и развитие организационных компетенций предпринимательских коммуникаций, многократно превысит допустимый объем публикации, далее в статье мы сконцентрируемся в большей степени на рассмотрении аспектов формирования персональных компетенций предпринимательских коммуникаций.

Обучение предпринимательским коммуникациям на основе образовательных платформ

Развитие интернет-технологий в значительной степени повлияло на механизм оказания образовательных услуг. Пандемия данное влияние только усилила – все больше программ обучения реализуется на образовательных платформах, где можно по-

лучить необходимые знания и сформировать требуемые компетенции.

Сегодня имеет место значительное многообразие образовательных программ, направленных на обучение бизнес-коммуникациям, и многие из них реализуются на образовательных платформах либо на платной основе, либо находясь в открытом доступе. Нами был исследован коммуникационный контент следующих образовательных платформ:

1. «Открытое образование» – платформа, предлагающая онлайн-курсы по базовым дисциплинам, изучаемым в российских университетах. Платформа создана ассоциацией «Национальная платформа открытого образования», учрежденной ведущими университетами – МГУ им. М.В. Ломоносова, СПбПУ, СПбГУ, НИТУ «МИСиС», НИУ ВШЭ, МФТИ, УрФУ и Университет ИТМО [26]. Курсы размещаются в открытом доступе, но если у обучающегося возникнет желание или потребность осуществить их зачет в своем учебном заведении, он должен пройти контрольные испытания и получить сертификат, что является платной услугой.

2. Skillbox – один из крупных игроков в сфере онлайн-образования. В обучении коммуникации используются пошаговые семинары: просмотр видеолекции, выполнение заданий, проверка, видеоразбор и исправление ошибок. После обучения на курсах студент получает: портфолио для работы, стажировку с возможностью трудоустройства, доступ к обучающим системам, диплом.

3. «Нетология» – образовательная платформа, обучающая современным востребованным профессиям по направлениям: маркетинг, бизнес и управление, дизайн и UX (англ. User experience), программирование, аналитика, Soft skills. Обучение коммуникациям ведется на основе вебинаров, проверяются задания, имеется чат студентов курса. На этой платформе большой выбор курсов разных направлений; преподаватели – практикующие эксперты.

4. Product Live – онлайн-платформа, специализирующаяся на обучении product-менеджеров и других управленцев в digital. Обучение строится на реальных проектах и бизнес-задачах.

5. Product Star – платформа для обучения product-менеджменту, аналитике и маркетингу. Формат обучения построен на просмотре занятий в записи, проверке заданий, групповой работе, общении в чате, проводятся вебинары с ответами на вопросы. Обучение коммуникациям основывается на кейсах крупных компаний, куда приглашаются известные эксперты.

6. Laba – международная онлайн-школа, в которой обучают по видеолекциям, практическим заданиям, вебинарам. Платформа предлагает короткие интенсивные курсы. Преимуществом образовательной платформы является аккредитация международными профессиональными организациями.

7. «Яндекс.Практикум» – обучающий онлайн-сервис, который готовит программистов, тестировщиков и аналитиков. Предлагаются курсы по коммуникациям на специальной платформе, где есть короткие теоретические обзоры и тренировочные задания. В обучении нет классических занятий, используется тренажер и консультации наставников.

К сожалению, российских образовательных платформ, направленных целевым образом на обучение предпринимательству, мы не нашли. Курсы по предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах представлены в крайне ограниченном объеме. Однако учитывая то обстоятельство, что предпринимательская активность может распространяться на любые отрасли экономики и в любом случае предполагает приобретение Soft skills, мы сочли нужным ознакомиться с представленным на платформах коммуникационным контентом безотносительно его предпринимательской специфики.

В таблице 1 представлен обзор программ обучения бизнес-коммуникациям на российских образовательных платформах.

Таблица 1. Курсы по бизнес-коммуникациям на российских образовательных платформах
Table 1. Business communications courses on Russian educational platforms

№ No.	Образовательная платформа <i>Educational platform</i>	Название курса <i>Course name</i>	Стоимость, руб. <i>Cost, rub.</i>
1	Открытое образование	Эффективная коммуникация в рабочей среде, НИЯУ МИФИ, Москва	Бесплатно
2		Психология коммуникаций, НИУ ВШЭ, Москва	Бесплатно
3		Психология массовых коммуникаций, НИУ ВШЭ, Москва	Бесплатно
4		Межкультурная коммуникация, СПбГУ, Санкт-Петербург	Бесплатно
5		Основы теории коммуникаций, Самарский университет, Самара	Бесплатно
6		Язык эффективной коммуникации, СПбГУ, Санкт-Петербург	Бесплатно
7		Стартап: как вырастить успешный бизнес, СПбГУ, Санкт-Петербург	Бесплатно
8		Основы эффективного делового общения, СПбГУ, Санкт-Петербург	Бесплатно
9		Психология предпринимательства, ИТМО, Санкт-Петербург	Бесплатно
10		Навыки личной эффективности, Политех, Москва	Бесплатно
11		Техники публичного выступления, НИТУ «МИСиС», Москва	Бесплатно
12		Командная работа, ИТМО, Санкт-Петербург	Бесплатно
1	Skillbox	Профессия Soft skills for Hard Times (https://skillbox.ru/course/soft-skills-for-hard-times/?utm_source=advcake&utm_medium=cpa&utm_campaign=affiliate&utm_content=3b9f2bf4&utm_term=2c5cae03f5418b09baf126b62d84931b0&advcake_params=2c5cae03f5418b09baf126b62d84931b0)	68 539
2		Эффективная деловая коммуникация	39 000
3		Работа с клиентами	37 620
4		Искусство коммуникации	33 726
5		Эффективные переговоры	30 000
1	Нетология	Переговоры и коммуникации	100 000
2		Эффективные коммуникации	50 000
3		Soft skills для руководителя	49 200
4		Переговоры для карьеры и бизнеса	20 000
5		Основы эффективной коммуникации	17 500
1	Product Live	Soft skills для digital-менеджеров	30 000
1	Product Star	Soft skills для digital-менеджеров	30 000
2		Soft skills и презентации	19 000
1	Laba	Результативные переговоры	24 000
2		Переговоры в бизнесе	24 000
3		Публичные выступления	12 000
1	Яндекс.Практикум	Деловая коммуникация для начинающих руководителей	30 000

Из зарубежных наиболее известна образовательная платформа Coursera – проект в сфере массового онлайн-образования, основанный профессорами информатики Стэнфордского университета Эндрю Ыном и Дафной Коллер в 2012 году. В рамках данного проекта осуществляется публикация

образовательных материалов в интернете в виде набора онлайн-курсов. На образовательной платформе Coursera в свободном доступе представлено множество курсов по коммуникациям ведущих университетов мира, нами из них выбрано 24 курса как наиболее репрезентативных (табл. 2).

Таблица 2. Курсы по коммуникациям на образовательной платформе Coursera

Table 2. Communication courses on the Coursera educational platform

№ No.	Название курса Course name
1	Коммуникации и продвижение бренда, E-Learning DF
2	Психология коммуникации, НИУ ВШЭ, Москва
3	Коммуникации в современном мире, МФТИ, Москва
4	Сторителлинг: истории для эффективных коммуникаций, МФТИ, Москва
5	Коммуникационные стратегии для виртуальной эры, University of Toronto (США)
6	Теория и практика эффективной коммуникации, МФТИ, Москва
7	Цифровой SMM-проект: виртуальная платформа для бизнес-коммуникаций, Tomsk State University, Tomsk
8	Креативная коммуникация: методы и инструменты, СПбГУ, Санкт-Петербург
9	Повествование и влияние: эффективная коммуникация, Macquarie University, Sydney
10	Брендинг в инновациях – новая коммуникационная реальность, МФТИ, Москва
11	Управление конфликтами и стрессами в организации, СПбГУ, Санкт-Петербург
12	Эффективный нетворкинг, МФТИ, Москва
13	Структура презентации технологических и инновационных проектов, МФТИ, Москва
14	Эффективная профессиональная коммуникация, Tomsk State University, Tomsk (РФ, программа на английском языке)
15	Улучшение коммуникационных навыков, Wharton University of Pennsylvania (США)
16	Введение в теорию коммуникации, University of Amsterdam (Нидерланды)
17	Коммуникации на рабочем месте в XXI веке, University of California, Irvine (США)
18	Интегрированные маркетинговые коммуникации: реклама, связи с общественностью, цифровой маркетинг и др., IE Business School (Испания)
19	Эффективные коммуникации для лидера сегодняшнего дня, Tecnologico de Monterrey (Мексика)
20	Эффективные коммуникации: письмо, графический дизайн и презентации, University of Colorado Boulder (США)
21	Работа в глобальной компании: эффективные методы коммуникации, National University of Singapore (Сингапур)
22	Теория коммуникаций: объединяя научную школу и практику, НИУ ВШЭ (Москва)
23	Коммуникации и лидерство в период кризиса системы здравоохранения, The State University of New York (США)
24	Коммуникации лидеров для достижения максимального влияния: сторителлинг, Northwestern University (США)

Среди зарубежных образовательных платформ нами рассмотрены также следующие:

1. Udemу – американский провайдер массовых открытых онлайн-курсов (МООК), ориентированный на студентов и взрослых профессионалов.

2. EdX.org – американский поставщик массовых открытых онлайн-курсов (МООК), созданный Гарвардом и Массачусетским технологическим институтом. Он проводит онлайн-курсы университетского уровня по широкому кругу дисциплин для студентов со всего мира, включая некоторые бесплатные курсы.

3. MIT OpenCourseWare (MIT OCW) – инициатива Массачусетского технологическо-

го института (MIT), направленная на публикацию всех образовательных материалов по его курсам для студентов и выпускников в интернете, в свободном и открытом доступе для всех и в любом месте.

4. Alison – сайт с онлайн-курсами, в основном бесплатными.

В таблице 3 представлены курсы по бизнес-коммуникациям на перечисленных образовательных платформах.

Как видно из таблицы 3, на образовательных платформах выложены курсы, направленные на обучение тем или иным аспектам предпринимательских коммуникаций. Сам термин «предпринимательские коммуника-

Таблица 3. Курсы по бизнес-коммуникациям на зарубежных образовательных платформах

Table 3. Business communications courses on foreign educational platforms

№ No.	Образовательная платформа <i>Educational platform</i>	Название курса <i>Course name</i>	Стоимость <i>Cost</i>
1	Udemу	Коммуникации для владельцев бизнеса, директоров и менеджеров (метод обучения – анализ собственного стиля коммуникации, затем изучение полезных советов, в конце – разработка собственного плана коммуникации)	4690 руб.
2		Must-have навыки предпринимателя (коммуникации, презентации, командная работа, лидерство, переговоры и нетворкинг)	7990 руб.
3		Навыки коммуникации: личность и поведение в бизнесе	6990 руб.
4		Бизнес 101: навыки бизнес-коммуникации в 2021 году	6990 руб.
5		Мастер-класс по «напористым» коммуникациям	6990 руб.
6		Навыки бизнес-коммуникаций	1790 руб.
7		Полный мастер-класс по коммуникационным навыкам для жизни	6990 руб.
8		Полезные советы: коммуникации	18 990 руб.
9		Основы коммуникации: как лучше коммуницировать	6990 руб.
10		Soft skills для успеха – навыки коммуникации	6990 руб.
11		Soft skills – главные навыки XXI века	5490 руб.
12		Эффективные коммуникации на рабочем месте	1790 руб.
13		Навыки деловых коммуникаций: эмоционально-эффективное (EQ) взаимодействие	6990 руб.
14		Корпоративные коммуникационные стратегии для успеха бизнеса	2290 руб.

Окончание табл. 3.

№ No.	Образовательная платформа <i>Educational platform</i>	Название курса <i>Course name</i>	Стоимость <i>Cost</i>
1	EdX.org	Лидерство и коммуникации, Harvard University (США)	250 долл.
2		Навыки коммуникации, Rochester Institute of technology (США)	537 долл.
3		Микро-бакалавриат «Деловые и профессиональные коммуникации для достижения успеха», Doan University (США)	447 долл.
4		Важнейшие навыки лидера, Rochester Institute of Technology (США)	537 долл.
5		Риторика: искусство убедительного письма и публичных выступлений, Harvard University (США)	Бесплатно
6		Бизнес-коммуникации, The University of British Columbia (Канада)	Бесплатно
7		Лидерство с помощью эффективных коммуникаций (тренинг по лидерству) – Catalyst (НКО для помощи женщинам в бизнесе). В курс включено: разбор диалогов, развенчивание мифов о коммуникации, тренировки по эффективному выражению своих мыслей, изучение кейсов, просмотр видео, разработка плана действий по внедрению изученных стратегий)	Бесплатно
8		Коммуникационные навыки и командная работа, компания Fullbridge, провайдер образовательных услуг	Нет информации, требуется регистрация
9		Эффективные коммуникации для команд и стейкхолдеров проектов и программ, University of Maryland (США)	Нет информации, требуется регистрация
1	MIT OpenCourseWare (MIT OCW)	Расширенный курс по коммуникациям для лидеров (курс 2016 г.), Sloan School of Management	Бесплатно
2		Коммуникации для менеджеров (курс 2016 г.), Sloan School of Management	Бесплатно
1	Alison	Курсы по основам деловых коммуникаций, коммуникациям для менеджеров, коммуникациям на рабочем месте, невербальным коммуникациям, командной работе и лидерству	В основном, бесплатные, требуется регистрация

ции» на образовательных платформах отсутствует, его заменяет термин «бизнес-коммуникации». Что касается целевой группы, на которую сориентированы представленные курсы, то она может быть в равной степени представлена как предпринимателями, так и непредпринимателями.

Контент указанных курсов направлен на формирование персональной коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии – умение проводить переговоры, выступать публично и т. д., безотносительно предпринимательской направленности.

Это вызвано тем, что традиционные правила выступлений и презентаций, организации встреч и координации команд, влияния на людей и продаж продукции больше не работают в мире скайпа, мессенджеров, видео- и телеконференций.

Методы обучения предпринимательским коммуникациям

Методы современного обучения коммуникациям на образовательных платформах используют такие традиционные виды

учебных онлайн-занятий, как лекции, вебинары, тренинги, мастер-классы. Отсутствие инновационных практико-ориентированных форм проведения занятий вызывает определенную озабоченность научных кругов. Так, в ABC (Association for Business Communication) – международном научном обществе, занимающемся проблематикой деловых коммуникаций, весьма тщательно работают над проблемой более эффективного обучения бизнес-коммуникациям [27].

Между тем на развитие стартапов, предпринимательских проектов существенное влияние оказывает контекст и множество факторов, что необходимо учитывать в предпринимательских коммуникациях. Это диктует необходимость применения и специфических методов обучения, например, таких как хакатон, митап (meet up), AR- и VR-технологии. Данные методы основываются на идее, что через горизонтальное взаимодействие с другими обучающимися и наблюдение за их действиями можно развить необходимые навыки и получить достаточно знаний об эффективных коммуникациях.

Митап – встреча специалистов в неформальной обстановке, которая может проходить в режиме видеоконференцсвязи. В обучении предпринимательским коммуникациям митапы могут проводиться для обмена опытом, генерации идей, решения проблем и других задач.

Принципы митапа:

- короткий формат (не более 2 часов);
- главными являются участники, а не организатор;
- неформальность обстановки, отсутствие регламента;
- фокус на теме обсуждения;
- выступления проходят в формате «свободного микрофона», когда высказаться может любой;
- регулярность проведения.

Хакатон – это мероприятие, во время которого специалисты сообща работают над созданием продукта/процесса для решения определенной задачи. Термин «хакатон» по-

явился в 1999 году: так назвали встречу, посвященную криптографии. После хакатоны стали проводиться среди хакеров: они соревновались во взломе информационных систем. В обучении предпринимательским коммуникациям встречи в таком формате полезно использовать для выстраивания горизонтальных связей, мозговых штурмов и выработки инновационных решений.

Особенности хакатона:

- жесткие временные рамки;
- ориентированность на результат;
- соревновательность.

Данные методы обучения предполагают высокую степень самоорганизации обучающихся и, как и онлайн-обучение в целом, требуют от преподавателей обеспечения поддержки их самостоятельного обучения [13].

VR- и AR-технологии (виртуальной и дополненной реальности) – эффективный инструмент, позволяющий смоделировать практически любую ситуацию, которую требуется разрешить с помощью коммуникативных технологий и тем самым отработать их применение. «Используя дополненную реальность (AR), мы смотрим на мир не напрямую, а через какой-то “фильтр”, который встраивает в настоящий мир виртуальные объекты так, будто они действительно там находятся. В отличие от виртуальной реальности, настоящий мир не уходит из поля зрения, а “дополняется”, что и отражается в термине. Виртуальная реальность (VR) – это симуляции, созданные с помощью шлемов виртуальной реальности. Отличием от дополненной реальности (AR) является то, что настоящие предметы полностью исчезают из поля зрения, вы видите только виртуальную среду» [28].

Социальные платформы VR созданы для подключения пользователей к общим процессам и событиям, таким как дискуссии, групповые мероприятия, встречи и многое другое. Например, сеть отелей Hilton уже несколько лет использует технологию VR для обучения сотрудников, которые никогда не работали в гостиничном бизнесе: они

могут побывать в разных отделах компании и выполнить задания, которые раньше не выполняли. За полгода после запуска программы в обучении приняло участие свыше 1200 человек, при этом 87% из них заявили, что этот опыт позволил им лучше понимать новую работу и не бояться трудностей в реальности [29].

Для отработки предпринимательской коммуникации могут быть использованы следующие приложения:

VirtualSpeech – помогает отточить навыки публичных выступлений, разместив обучающегося на виртуальной сцене с виртуальной толпой. Можно попрактиковаться, представляя себя перед виртуальной аудиторией, которая ведет себя как реальная. Приложение предлагает различные курсы VR с дополнительными сценариями и функциями VR, в частности обучение коммерческим презентациям, нетворкингам, медиа-тренингам и т. д. Оно отслеживает прогресс обучающегося и обеспечивает обратную связь в реальном времени по различным параметрам, таким как зрительный контакт, нерешительный тон и темп голоса.

Glue – это современная платформа для совместной работы, которая использует последние достижения в области трехмерной графики, виртуальной реальности и облачных вычислений. Она предназначена для бизнес-профессионалов, которым необходим глобальный удаленный доступ к общему коллективному пространству для эффективной совместной работы.

MeetinVR – позволяет проводить встречи в интерактивных виртуальных пространствах, выполнять действия, которые невозможно или очень сложно выполнять удаленно, например представлять и анализировать продукты и 3D-модели, проводить мозговые штурмы, рисовать эскизы, создавать прототипы. Все это происходит при общении естественным и простым в освоении способом.

STAGE – предоставляет общение в реальном времени, захватывающую визуализацию и передачу атмосферы.

С помощью рассмотренных технологий обучение предпринимательским коммуникациям будет не просто транслировать контент, но и моделировать контекст и все многообразие факторов, возникающих в процессе делового взаимодействия.

Заключение

Термин «предпринимательская коммуникация» в научных публикациях как в России, так и за рубежом встречается крайне редко, в отличие от понятий «бизнес-коммуникация» или «деловая коммуникация». Нередко под деловой коммуникацией понимается деловое общение. В статье уточнено понятие предпринимательской коммуникации. С нашей точки зрения, это интегрированное понятие, включающее как деловое взаимодействие предпринимателя с теми или иными субъектами бизнеса, направленное в конечном счете на обеспечение его конкурентоспособности и эффективности, так и совокупность коммуникативных способностей, знаний и умений, необходимых и достаточных для эффективного решения тех или иных коммуникативных задач.

В статье обосновано, что обучение предпринимательским коммуникациям требует проектирования целого ряда учебных курсов, направленных на формирование профессиональных компетенций в области как управления коммуникативными процессами, например «PR-коммуникации», «GR-коммуникации», «Отношения с инвесторами», так и развития персональной коммуникабельности, например «Публичные выступления», «Навыки ведения переговоров» и т. д.

Между тем обучение бизнес-коммуникациям в большинстве своем сводится не к управлению коммуникациями с интересантами, а к формированию персональной коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. В статье представлен подробный обзор курсов по деловым коммуникациям на российских и зарубежных

образовательных платформах, представляющий собой практическую ценность как для преподавателей учебных заведений, так и для потенциальных обучающихся.

Существующие методы обучения коммуникациям на образовательных платформах используют такие традиционные виды учебных онлайн-занятий, как лекции, вебинары, тренинги, мастер-классы. Между тем на развитие стартапов, предприниматель-

ских проектов существенное влияние оказывает контекст и множество факторов, что необходимо учитывать в предпринимательских коммуникациях. В статье обосновано, что наиболее перспективными методами обучения предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах, наряду с тренингами, являются специфические методы, такие как хакатон, митап, AR- и VR-технологии.

Список литературы

1. Рубин Ю.Б. Компетентностный подход в обучении российской молодежи предпринимательству // Сборник тезисов докладов Международной конференции «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству». – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. С. 5–14.
2. Челуренко А.Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки // Вопросы образования. 2017. №3. С. 250–276. DOI: 10.17323/1814-9545-2017-3-250-276.
3. Алексеева Е. В., Баранова И. П., Васильев А. И. и др. Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под ред. Ю.Б. Рубина. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. – 424 с.
4. Потапова О. Н., Алексеева Е. В. Применение интерактивных методов обучения предпринимательству как средства повышения эффективности обучения // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. №1 (73). С. 17–23.
5. Сорокин П. С., Повалко А. Б., Черненко С. Е. Обучение предпринимательству в вузах России и мира: зачем, как и с какими результатами? – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 48 с.
6. Анализ 19 стартап-хабов в Европе. Результаты опроса европейских стартапов [Электронный ресурс] // PwC. 2019. URL: <https://www.pwc.ru/publications/european-start-up-survey.html> (дата обращения: 20.11.2021).
7. Tittel A., Terzidis O. Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences // Entrepreneurship Education. 2020. No. 3. P. 1–35. DOI: 10.1007/s41959-019-00021-4.
8. Рубин Ю. Б., Можжухин Д. П., Алексеева Е. В. Непрерывное предпринимательское образование: формирование инновационной модели (опыт 2021 года) // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. №4 (84). С. 91–108. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-91-108.
9. Чернухина Г. Н., Ермоловская О. Ю. Развитие человеческого капитала как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в России // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. №1 (77). С. 48–57. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-1-48-57.
10. Коваленко А. И. Современное состояние системы обучения предпринимательству в России (по итогам ежегодной конференции РАОП) // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. №2-3 (68-69). С. 73–82.
11. Ушакова Е. В. Формирование и развитие коммуникативной компетенции предпринимателей // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. №2 (82). С. 123–131. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-2-123-131.
12. Рубин Ю. Б., Можжухин Д. П., Леднев М. В., Алексеева Е. В., Погорелова А. Ю., Потапова О. Н., Пузыня Т. А. Специфические черты стартаперских компетенций как планируемых результатов обучения предпринимательству в бакалавриате // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. №3 (79). С. 130–143. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-130-143.
13. Flynn C., Olson J., Reinhardt M. Self-regulated learning in online graduate business communication courses: a qualitative inquiry // Business and Professional Communication Quarterly. 2020. Vol. 83. No. 1. P. 80–95. DOI: 10.1177/2329490619885904.
14. Карпова И. В. Особенности деловой коммуникации в структуре PR-деятельности // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2016. №3. С. 159–161.
15. Измалкова С. А., Головина Т. А., Авдеева И. Л., Бахтина С. С., Парахина Л. В. Деловые коммуникации: управление и технологии. – Орел: ФГБОУ ВПО Госуниверситет-УНПК, 2013. – 255 с.
16. Сливак В. А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб.: Питер, 2002. – 308 с.

17. Матузенко Е. В., Шиленко С. И., Федорова Я. О. Деловые коммуникации как фактор повышения результативности бизнеса // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 9-3. С. 622–627.
18. Darling J. K., Beebe S. A. Effective entrepreneurial communication in organization development: Achieving excellence based on leadership strategies and values // *Organization Development Journal*. 2007. Vol. 25. No. 1. P. 76–93.
19. Berlin J. Entrepreneurship and Communication. URL: https://www.academia.edu/39081764/entrepreneurship_and_communication (дата обращения: 20.11.2021).
20. Рубин Ю. Б. Основы предпринимательства. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Университет «Синергия», 2020. – 518 с.
21. Удалова Е. С. Методы эффективного управления коммерческими коммуникациями предпринимательских структур: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб.: Санкт-Петербургский университет экономики и финансов, 2007. – 16 с.
22. Долгушева Н. В. Концептуальные подходы к формированию и функционированию бизнес-коммуникаций предпринимательских структур: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, 2009. – 8 с.
23. Лукашенко М. А., Радченко В. С., Шавырина А. А., Добровольская Т. Ю. Бизнес-коммуникации руководителя. Мастер-класс: учебное пособие / под ред. М. А. Лукашенко. – М.: Университет «Синергия», 2021. – 216 с. DOI: 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216.
24. Onstenk J. Entrepreneurship and vocational education // *European Educational Research Journal*. 2003. Vol. 2. No. 1. P. 74–89. DOI: 10.2304/eej.2003.2.1.12.
25. Рубин Ю. Б. Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата // *Высшее образование в России*. 2016а. № 1. С. 7–21.
26. О проекте «Национальная платформа открытого образования» [Электронный ресурс] // Открытое образование. URL: <https://npod.ru/about> (дата обращения: 20.11.2021).
27. Lentz P., Bloch J., Cardon P. W., Cresap L., Nelson A. K., Remley D. Face-to-face teaching has a new face: online, remote, hybrid, and HY-flex // *Proceedings of the 85th Annual International Conference "Association for Business Communication"*, October 27–31, 2020 – Virtual. P. 97–99.
28. AR, VR и MR технологии. Что это и как применять? [Электронный ресурс] // *Helmeton*. URL: <https://helmeton.ru/blog/razlichiya-i-sfery-primeneniya-ar-vr-mr/> (дата обращения: 20.11.2021).
29. Кириллов Д. Куда и зачем гостиничный бизнес внедряет технологии виртуальной и дополненной реальности [Электронный ресурс] // *Welcome Times*. 20 сентября 2019. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/kuda-i-zachem-gostinichnyy-biznes-vnedryaet-tehnologii-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti> (дата обращения: 20.11.2021).

Сведения об авторах

Лукашенко Марианна Анатольевна, ORCID 0000-0001-8707-486X, докт. экон. наук, профессор, заведующая кафедрой корпоративной культуры, Университет «Синергия», Москва, Россия, MLukashenko@synergy.ru

Добровольская Татьяна Юрьевна, ORCID 0000-0001-7728-1638, старший преподаватель, кафедра корпоративной культуры, Университет «Синергия», Москва, Россия, T Dobrovolskaya@synergy.ru

Статья поступила 22.11.2021, рассмотрена 14.12.2021, принята 30.12.2021

References

1. Rubin Yu. B. *Kompetentnostnyi podkhod v obuchenii rossiiskoi molodezhi predprinimatel'stvu* [Competence-based approach in teaching entrepreneurship to Russian youth]. *Sbornik tezisev dokladov Mezhdunarodnoi konferentsii «Formirovanie professional'nykh predprinimatel'skikh kompetentsii molodezhi v protsesse obucheniya predprinimatel'stvu»* [Collection of Abstracts of the International Conference "Formation of Professional Entrepreneurial Competences of Youth in the Process of Entrepreneurial Education"]. Moscow, Synergy University, 2014, pp.5-14.
2. Chepurensko A. Yu. How and why entrepreneurship should be taught to students: polemical notes. *Voprosy obrazovaniya*=Educational Studies Moscow, 2017, no.3, pp.250-276 (in Russian). DOI: 10.17323/1814-9545-2017-3-250-276.

3. Alekseeva E. V., Baranova I. P., Vasilev A. I. et al. *Predprinimatel'skoe obrazovanie v Rossii i za rubezhom: istoriya, sodержanie, standarty, kachestvo: monografiya* [Entrepreneurial education in Russia and abroad: history, content, standards, quality]. Ed. by Yu. B. Rubin. Moscow, Sinergy University, 2015, 424 p.
4. Potapova O. N., Alekseeva E. V. Application of interactive methods of teaching entrepreneurship as a means of increasing the effectiveness of training. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2019, vol.13, no.1(73), pp.17-23 (in Russian).
5. Sorokin P. S., Povalko A. B., Chernenko S. E. *Obuchenie predprinimatel'stvu v vuzakh Rossii i mira: zachem, kak i s kakimi rezul'tatami?* [Teaching entrepreneurship in universities of Russia and in the world: why, how and with what results?]. Moscow, HSE University, 2020, 48 p.
6. *Analiz 19 startup-khobov v Evrope. Rezul'taty oprosa evropeiskikh startupov* [Analysis of 19 startup hubs in Europe. European start-up survey results]. PwC. 2019. Available at: <https://www.pwc.ru/publications/european-start-up-survey.html> (accessed 20.11.2021).
7. Tittel A., Terzidis O. Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences. *Entrepreneurship Education*, 2020, no.3, pp.1-35. DOI: 10.1007/s41959-019-00021-4.
8. Rubin Yu. B., Mozhhuxin D. P., Alekseeva E. V. Continuous entrepreneurship education: formation of an innovative model (2021 experience). *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2021, vol.15, no.4(84), pp.91-108 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-91-108.
9. Chernuxina G. N., Ermolovskaya O. Yu. The development of human capital as a factor in increasing the competitiveness of business structures in Russia. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2020, vol.14, no.1(77), pp.48-57 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-1-48-57.
10. Kovalenko A.I. The current state of Russian entrepreneurship education. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2018, vol.12, no.2-3(68-69), pp.73-82 (in Russian).
11. Ushakova E.V. The formation and development of entrepreneurs' communication competence. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2021, vol.15, no.2(82), pp.123-131 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-2-123-131.
12. Rubin Yu. B., Mozhhukhin D. P., Lednev M. V., Alekseeva E. V., Pogorelova A. Yu., Potapova O. N., Puzynya T. A. Specific features of startup competencies as planned outcomes of entrepreneurship learning in bachelor's degree. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2020, vol.14, no.3(79), pp.130-143 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-130-143.
13. Flynn C., Olson J., Reinhardt M. Self-regulated learning in online graduate business communication courses: a qualitative inquiry. *Business and Professional Communication Quarterly*, 2020, vol.83, no.1, pp.80-95. DOI: 10.1177/2329490619885904.
14. Karpova I.V. Features of business communications in the structure of PR-activity. *Obrazovanie i nauka bez granits: fundamental'nye i prikladnye issledovaniya*, 2016, no.3, pp.159-161 (in Russian).
15. Izmalkova S. A., Golovina T. A., Avdeeva I. L., Bakhtina S. S., Parakhina L. V. Business communications: management and technology. Orel, *FGBOU VPO Gosuniversitet-UNPK* Publ., 2013, 255 p. (in Russian).
16. Spivak V.A. *Sovremennye biznes-kommunikatsii* [Modern business communications]. St. Petersburg, *Piter* Publ., 2002, 308 p.
17. Matuzenko E. V., Shilenko S. I., Fedorova Ya. O. Business communications as business fecundity improvement factor. *Fundamental'nye issledovaniya=Fundamental research*, 2016, no.9-3, pp.622-627 (in Russian).
18. Darling J.K., Beebe S.A. Effective entrepreneurial communication in organization development: Achieving excellence based on leadership strategies and values. *Organization Development Journal*, 2007, vol.25, no.1, pp.76-93.
19. Berlin J. Entrepreneurship and Communication. Available at: https://www.academia.edu/39081764/entrepreneurship_and_communication (accessed 20.11.2021).
20. Rubin Yu. B. *Osnovy predprinimatel'stva* [Fundamentals of entrepreneurship]. 3rd edition, rev. and add. Moscow, Sinergy University, 2020, 518 p.
21. Udalova E. S. *Metody ehffektivnogo upravleniya kommercheskimi kommunikatsiyami predprinimatel'skikh struktur. Avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk* [Methods of effective management of commercial communications of entrepreneurial structures. Cand. econ. sci. abstract dis.]. St. Petersburg, Saint Petersburg University of Economics and Finance, 2007, 16 p.
22. Dolgusheva N. V. *Kontseptual'nye podkhody k formirovaniyu i funktsionirovaniyu biznes-kommunikatsii predprinimatel'skikh struktur. Avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk* [Conceptual approaches to the formation and functioning of business communications of entrepreneurial structures. Cand. econ. sci. abstract dis.]. Yekaterinburg, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, 2009, 8 p.

23. Lukashenko M. A., Radchenko V. S., Shavyrina A. A., Dobrovolskaya T. Yu. *Biznes kommunikatsii rukovoditela. Master-klass: uchebnoe posobie* [Business communications of the head. Master class: study guide]. Ed. by M. A. Lukashenko. Moscow, Synergy University, 2021, 216 p. DOI: 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216.
24. Onstenk J. Entrepreneurship and vocational education. *European Educational Research Journal*, 2003, vol.2, no.1, pp.74-89. DOI: 10.2304/eerj.2003.2.1.12.
25. Rubin Yu. B. Creation of graduates' entrepreneurial competencies within the educational area of baccalaureate. *Vysshee obrazovanie v Rossii*=Higher Education in Russia, 2016a, no.1, pp.7-21 (in Russian).
26. *O proekte «Natsional'naya platforma otkrytogo obrazovaniya»* [About the project "National Open Education Platform"]. *Otkrytoe obrazovanie*. Available at: <https://npoed.ru/about> (accessed 20.11.2021).
27. Lentz P., Bloch J., Cardon P. W., Cresap L., Nelson A. K., Remley D. Face-to-face teaching has a new face: Online, remote, hybrid, and HY-flex. *Proceedings of the 85th Annual International Conference "Association for Business Communication"*, October 27-31, 2020 – Virtual, pp.97-99.
28. *AR, VR i MR tekhnologii. Chto eto i kak primenyat'?* [AR, VR and MR technologies. What is it and how it can be applied?]. *Helmeton*. Available at: <https://helmeton.ru/blog/razlichiya-i-sfery-primeneniya-ar-vr-mr/> (accessed 20.11.2021).
29. Kirillov D. *Kuda i zachem gostinichnyi biznes vnedryaet tekhnologii virtual'noi i dopolnennoi real'nosti* [Where and why does the hotel business introduce virtual and augmented reality technologies]. *Welcome Times*. September 20, 2019. Available at: <https://welcometimes.ru/opinions/kuda-i-zachem-gostinichnyy-biznes-vnedryaet-tehnologii-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti> (accessed 20.11.2021).

About the authors

Marianna A. Lukashenko, ORCID 0000-0001-8707-486X, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Corporate Culture Department, Synergy University, Moscow, Russia, MLukashenko@synergy.ru

Tatiana Yu. Dobrovolskaya, ORCID 0000-0001-7728-1638, Senior Lecturer, Corporate Culture Department, Synergy University, Moscow, Russia, TDobrovolskaya@synergy.ru

Received 22.11.2021, reviewed 14.12.2021, accepted 30.12.2021