

Интернет-журнал «Мир науки» ISSN 2309-4265 <http://mir-nauki.com/>

2016, Том 4, номер 3 (май - июнь) <http://mir-nauki.com/vol4-3.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/20PDMN316.pdf>

Статья опубликована

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шагбанова Ю.Б. Формирование коммуникативных компетенций у студентов бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» в ходе преподавания учебных дисциплин // Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, номер 3 <http://mir-nauki.com/PDF/20PDMN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 37.01

Шагбанова Юлия Борисовна

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева – КАИ»
Россия, Казань
Доцент кафедры «Истории и связей с общественностью»
Кандидат исторических наук
E-mail: chagbanovajuli@mail.ru

Формирование коммуникативных компетенций у студентов бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» в ходе преподавания учебных дисциплин

Аннотация. В современном образовательном пространстве актуализируется процесс овладения студентами коммуникативных компетенций. В данной статье рассматривается взаимосвязь данной тенденции с эффективностью преподавания учебной дисциплины. Автором проанализирован опыт Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н. Туполева, выпускающей кафедры истории и связей с общественностью. В статье рассмотрены практические примеры формирования коммуникативных компетенций бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» в ходе преподавания разных учебных дисциплин. Автор в своем исследовании сделал акцент на преподавании дисциплины «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Был выявлен механизм выполнения творческого учебного задания, который стал основой для формирования и развития коммуникативных компетенций.

Автор также обратил внимание в статье на технологию преподавания дисциплины «Организация и проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью». А именно рассмотрен процесс использования проектирования студенческими командами для овладения коммуникативными компетенциями. В связи с этим, автором были выделены такие компетенции, как владение мультимедийными технологиями, навыками презентации и самопрезентации, ораторскими возможностями и невербальными компетенциями. Автором в статье был сделан вывод, что коммуникативные компетенции, которыми студент овладевает в ходе учебного процесса, представляют собой оценочный компонент профессионализма, как студента, так и преподавателя.

Ключевые слова: образовательная среда; коммуникативные компетенции; профессиональные компетенции; проект; практико-ориентированный подход; внутренние коммуникации; учебный процесс; презентация; исследование; проектный подход

Образовательная среда в современном обществе представляет собой интерактивное, динамичное пространство, где функционируют разные учреждения, объекты и субъекты, предоставляются образовательные услуги, реализуются партнерские программы, научные и социальные проекты. В этих условиях важным становится процесс овладения студентами разного рода компетенциями, среди которых достаточно актуальной является коммуникативная компетентность. Она рассматривается, как способность человека действовать в конкретной жизненной ситуации, выстраивать общение и взаимодействие с другими людьми. Независимо от выбранной специальности, будь то технического или гуманитарного порядка, будущий бакалавр или специалист должен ориентироваться в коммуникативном пространстве и вести деловые коммуникации.

Коммуникативная компетенция, в целом, обеспечивает разного рода вербальные, невербальные, событийные, визуальные форматы: совершенствование умений и способностей общения в учебно-научной, социально-бытовой, социально-культурной, официально-деловой сферах общения; овладение формами речевого общения в процессе различных видов деятельности; развитие умения и способностей работы с учебным научным текстом, другими источниками информации; совершенствование умений интерпретации информации в соответствии с самостоятельно найденным и заданным основанием.

В статье анализируется опыт Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н. Туполева. На выпускающей кафедре «истории и связей с общественностью» готовят и выпускают бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Специфика данного направления влияет на организацию учебного процесса – выстраивается логическая образовательная цепочка: традиционный вид обучения (например, лекция); практические занятия в интерактивной и традиционной формах обучения (например, семинар-презентация и семинар в формате вопрос-ответ); лабораторные работы (например, проектирование, создание макетов печатной продукции, сценариев роликов и т.п.); производственная практика (заказ работодателя); самостоятельная работа студента; научные кружки, творческие лаборатории; внеучебные мероприятия (целевая установка: взаимодействие учебного процесса и внеучебной деятельности как фактор воспитательной работы со студенческой молодежью). В настоящее время акцент сделан на интерактивных формах проведения занятий, таких, например, как метод проектов, метод портфолио, метод дискуссий, метод разбора конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры, тренинги.

В данной цепочке центральным местом является, на наш взгляд, сам процесс преподавания дисциплин, который способствуют формированию у студентов коммуникативных компетенций.

Учебный план бакалавров представляет собой набор учебных дисциплин, который позволяет уже с первого курса владеть не просто знаниями своей будущей специальности, а уже внедряться в процесс овладения именно коммуникативных компетенций. Так, в процессе преподавания учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» закладываются такого рода учебные задания, которые способствуют формированию подобного рода компетенций. К примеру, для получения компетенции: умения установления деловой коммуникации и применения делового вербального общения студенты получают соответствующее задание: взять интервью у экспертов в области коммуникационных технологий для выявления манипулятивных методов в процессе делового общения. Дополнительная результативность выполнения данного учебного задания связана с повышением эффективности учебного процесса в рамках бально-рейтинговой системы. Кроме этого, можно выделить ролевые упражнения, которые применяются на практических занятиях по данной дисциплине. К примеру, по такой теме, как «Схема коммуникационного процесса»

дается упражнение: подготовить по ролям коммуникационный процесс, где должен быть источник информации, коммуникатор, коммуникант, средство передачи информации, ее кодирование, декодирование и наличие обратной связи. Студенты подразделяются на подгруппы, выбирают ситуацию применительно к какой-либо отрасли жизнедеятельности, и реализуют схему коммуникационного процесса. После подготовки данного задания, упражнение реализуется по ролям перед студенческой группой. Коммуникативные компетенции, а именно совершенствование умений интерпретации информации в соответствии с самостоятельно найденным и заданным основанием, четко прослеживаются в рамках выполнения данного учебного задания.

В учебном плане бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» кафедры истории и связей с общественностью на четвертом курсе преподается дисциплина «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Учебные занятия проходят таким образом, чтобы студенты могли через проекты, учебные кейсы участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, в поддержании благоприятного психологического климата в коллективе, т.е. приобретать коммуникативные компетенции. В данном аспекте в рамках предлагаемой дисциплины студенты получили задание - учебный кейс. Содержательный аспект данного кейса связан с поиском новых подходов к приобщению абитуриентов к корпоративной культуре их будущей профессии. С помощью метода мозгового штурма была принята идея о разработке квеста «Все тайны о PR и рекламе» для абитуриентов. Студенческая группа была разделена на малые команды по 3-4 человека. Каждая команда должна была представить интерактивные площадки для реализации данного квеста. В качестве целевой аудитории будут привлекаться школьники старших классов средних учебных заведений г. Казани и районов Республики Татарстан. В ходе подготовки и реализации данного мероприятия, с одной стороны, выявляются мотивационные составляющие деятельности студентов для более эффективного процесса обучения, а с другой стороны, такого рода учебные задания направлены на развитие коммуникативных компетенций.

В ходе преподавания дисциплины «Организация и проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью» (она ведется на третьем курсе) одной из студенческой команды было дано задание - разработать механизм привлечения абитуриентов в Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева на направление «Реклама и связи с общественностью». Студенческая группа предложила использовать серию акций как офлайн, так и онлайн форматов. В первом случае, было предложено организовывать Дни открытых дверей выпускающей кафедры, в рамках которых можно и провести запланированный квест. Тем более, организация и проведение подобного мероприятия – возможность эффективно реализовать коммуникативные компетенции: общение с целевой аудиторией, подготовка информационных материалов, поиск творческих сценарных идей, работа с базой данных СМИ, выпускников кафедры. День открытых дверей в этом плане представляет собой удобный и перспективный проект для отработки разного рода коммуникативных компетенций. Кроме этого, студенческой командой была отмечена необходимость в применении такой интерактивной площадки, как социальные медиа, для привлечения абитуриентов на данное направление. Было принято совместное решение, что курировать абитуриентов в социальных медиа должен первый курс, так как они совсем недавно были для университета потенциальной аудиторией, знают, в большей степени, потребности и предпочтения абитуриентов. Свои предложения студенческая команда будет презентовать в дальнейшем перед первым курсом. В данном учебном процессе активно будут оттачиваться именно коммуникативные компетенции: во-первых, это связано с тем, что, разрабатывая свои идеи, студенты третьего курса проводили исследования среди абитуриентов на тему «Какие каналы коммуникации привлекают абитуриентов для

мобильного информирования о будущей профессии», тем самым отрабатывались речевые навыки, умения точечного общения; во-вторых, непосредственная презентация своего проекта перед аудиторией первокурсников также предполагает применение вербальных, невербальных, визуальных компонентов данного вида компетенции. И наконец, одним из важных результатов выполнения данного задания будет написание дипломной работы уже на старшем курсе по проблеме совершенствования коммуникативных средств в привлечении абитуриентов на направление «Реклама и связи с общественностью» в техническом вузе.

В рамках преподавания этой же дисциплины: «Организация и проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью» необходимо выделить еще один педагогический формат, представляющий основу для развития коммуникативных компетенций - это подготовка и презентация курсовой работы. Темы подбираются таким образом, чтобы студент мог разработать теорию вопроса и реализовать ее в практической части курсовой работы. При этом студент должен выбрать реальную организацию определенной отрасли для проведения комплексных исследований. Подбор темы, анализ литературы и интернет-источников, систематизация теоретических материалов, проведение исследований по теме, отработка стратегических и тактических действий практической части курсовой работы, ее оформление, вербальная презентация своего исследования – все эти компоненты позволят сформировать коммуникативные компетенции бакалавра.

Хотелось бы отметить, что в процессе преподавания учебных дисциплин для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» с целью овладения ими коммуникативных компетенций реализуется образовательный проект «Всероссийская студенческая олимпиада по рекламе и связям с общественностью». На учебных занятиях, к примеру, по курсу «Имиджелогия», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации» и т.п. разрабатываются сценарные идеи к мероприятиям олимпиады, важные рекламные и PR-тексты, механизмы работы с вузами для привлечения студентов в качестве участников данного события, ведется работа с приглашенными лицами. Тем самым, студенты получают профессиональные компетенции, динамично переплетающиеся с коммуникативными.

Подобного рода примеры также свидетельствуют о том, что преподавание дисциплин, в рамках которого происходит овладение студентами коммуникативных компетенций, связано с так называемым проектным подходом, который, с одной стороны, тоже способствует формированию компетенций, а с другой стороны, используется как средство их оценки. Это своего рода манипулятивный прием, позволяющий позиционировать важность коммуникативных компетенций, и сглаживать «острые углы» в процессе их овладения. Кроме того, происходит самореализация компетентной личности, способной к самостоятельной творческой учебной деятельности на базе обретенных знаний, умений, ценностей и смыслов.

Наконец важно отметить, что приобретение и оттачивание коммуникативных компетенций студентами выпускающей кафедры истории и связей с общественностью возможно реализовывать в творческой лаборатории по организации и проведению специальных мероприятий. Данная лаборатория действует на кафедре, ее направленность связана непосредственно с учебным процессом, поскольку реализация разного рода учебных проектов и заданий в контексте преподавания дисциплин происходит именно на базе данной лаборатории.

В целом, именно процесс преподавания разных дисциплин закладывают ту необходимую основу, без которой выпускник не будет конкурентоспособным на рынке труда. Обучение при компетентном подходе осуществляется через активный контакт обучающихся с окружающим миром, расширения базы знаний для последующего самостоятельного решения проблем еще в рамках вузовской подготовки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галимуллина, Н.М. Компетентностный подход в системе высшего профессионального образования: средства оценки // Инновационные технологии в современном образовании. Сборник трудов по материалам II Международной научно-практической интернет-конференции. - М.: Издательство «Научный консультант», 2015, с. 72-75: ISBN 978-5-906099-85-3.
2. Галимуллина, Н.М., Коршунова О.Н. Подготовка бакалавров по направлению «Реклама связи с общественностью: опыт Республики Татарстан // Профессиональное образование в современном мире, 2014 №2 (13), с. 141-148: ISBN 2224-1841.
3. Галимуллина, Н.М. PR-проект как средство оценки компетенций бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» // Инновационные технологии в современном образовании. Сборник трудов по материалам III Международной научно-практической интернет-конференции. - М.: Издательство «Научный консультант», 2016, с. 133-136: ISBN 978-5-9907976-9-7.
4. Компетентностный подход в педагогическом образовании: коллективная монография / В.А. Козырев, Н.Ф. Родионова, А.П. Тряпицина – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2005. - 392 с.
5. Ляудис, В.Я. Принципы психолого-педагогического проектирования инновационного обучения в школе // Инновационное обучение: Стратегия и практика. – М., 1994. с. 13 – 32 с.
6. Нагматуллина, Л.К. Метод проектов в контексте компетентностной модели обучения // Современные проблемы социально-гуманитарных наук: сб. докладов II Междунар. научно-практ. заочн. конф. - Казань, 2015. с. 31-35.
7. Савичев, С.С. Проблема развития коммуникативной компетентности студентов высшей школы. - Известия Самарского научного центра Российской академии наук, 2010 №5 т. 12, с. 78-80. - Режим доступа: http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2010/2010_5_78_80.pdf, свободный. – Загл. с экрана.
8. Шагбанова, Ю.Б. Реализация профессиональных компетенций бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» в ходе преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры» // Интернет-журнал «Мир Науки», 2015, выпуск 3.- Режим доступа: <http://mir-nauki.com/issue-3-2015.html>. - Загл. с экрана.
9. Шагбанова, Ю.Б. Воспитательный аспект преподавания учебных дисциплин по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью». - Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева, №2, выпуск 2. - Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2013. с. 320-322.
10. Эффективность взаимодействия образовательных учреждений и бизнес-среды: теория, методология, практика [Текст]: колл. монография / Т.Н. Бондаренко [и др.]; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А.П. Латкина. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010. - 188 с.: ISBN 978-5-9736-0179.

Shagbanova Yuliya Borisovna

Kazan national research technical university named after A.N. Tupolev – KAI, Russia, Kazan
E-mail: chagbanovajuli@mail.ru

Formation of communicative competence of students in bachelor direction «Advertising and public relations» during the teaching of academic disciplines

Abstract. In today's educational environment is actualized process of mastering the communicative competence of students. This article examines the relationship of this trend with the effectiveness of the teaching of a discipline. The author analyzes the experience of the Kazan National Research Technical University them. Tupolev, letting the chair of history and public relations. The article deals with practical examples of formation of communicative competence of bachelors in "Advertising and public relations" in the teaching of various academic disciplines. The author in his study emphasized the teaching of discipline "Advertising and public relations in the formation and development of corporate culture". Mechanism for implementing creative learning task have been identified, which became the basis for the formation and development of communicative competences.

The author also pointed out in an article on the teaching of technology discipline "in public relations and organization of advertising campaigns and campaigns". Namely, through the process of using student design teams to master the communicative competence. In this regard, the author have been allocated competence such as possession of multimedia technology, presentation skills and self-presentation, public speaking opportunities and non-verbal competencies. The author of the article, it was concluded that the communicative competence that the student masters in the educational process, are estimated professionalism of the component as a student and teacher.

Keywords: educational environment; communicative competence; professional competence; project; practice-oriented approach; internal communications; educational process; presentation; research; project-based approach

REFERENCES

1. Galimullina, N.M. Kompetentnostnyy podkhod v sisteme vysshego professional'nogo obrazovaniya: sredstva otsenki // Innovatsionnye tekhnologii v sovremennom obrazovanii. Sbornik trudov po materialam II Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii. - M.: Izdatel'stvo «Nauchnyy konsul'tant», 2015, s. 72-75: ISBN 978-5-906099-85-3.
2. Galimullina, N.M., Korshunova O.N. Podgotovka bakalavrov po napravleniyu «Reklama svyazi s obshchestvennost'yu: opyt Respubliki Tatarstan // Professional'noe obrazovanie v sovremennom mire, 2014 №2 (13), s. 141-148: ISBN 2224-1841.
3. Galimullina, N.M. PR-proekt kak sredstvo otsenki kompetentsiy bakalavrov napravleniya «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu» // Innovatsionnye tekhnologii v sovremennom obrazovanii. Sbornik trudov po materialam III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii. - M.: Izdatel'stvo «Nauchnyy konsul'tant», 2016, s. 133-136: ISBN 978-5-9907976-9-7.
4. Kompetentnostnyy podkhod v pedagogicheskom obrazovanii: kollektivnaya monografiya / V.A. Kozyrev, N.F. Rodionova, A.P. Tryapitsina – SPb.: Izd-vo RGPU im. A.I. Gertsena, 2005. - 392 s.
5. Lyaudis, V.Ya. Printsipy psikhologo-pedagogicheskogo proektirovaniya innovatsionnogo obucheniya v shkole // Innovatsionnoe obuchenie: Strategiya i praktika. – M., 1994. s. 13 – 32 s.
6. Nagmatullina, L.K. Metod proektov v kontekste kompetentnostnoy modeli obucheniya // Sovremennye problemy sotsial'no-gumanitarnykh nauk: sb. dokladov II Mezhdunar. nauchno-prakt. zaochn. konf. - Kazan', 2015. s. 31-35.
7. Savichev, S.S. Problema razvitiya kommunikativnoy kompetentnosti studentov vysshey shkoly. - Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk, 2010 №5 t. 12, s. 78-80. - Rezhim dostupa: http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2010/2010_5_78_80.pdf, svobodnyy. – Zagl. s ekrana.
8. Shagbanova, Yu.B. Realizatsiya professional'nykh kompetentsiy bakalavrov po napravleniyu «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu» v khode prepodavaniya distsipliny «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu v formirovani i razviti korporativnoy kul'tury» // Internet-zhurnal «Mir Nauki», 2015, vypusk 3.- Rezhim dostupa: <http://mir-nauki.com/issue-3-2015.html>. - Zagl. s ekrana.
9. Shagbanova, Yu.B. Vospitatel'nyy aspekt prepodavaniya uchebnykh distsiplin po napravleniyu bakalavriata «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu». - Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. A.N. Tupoleva, №2, vypusk 2. - Izd-vo Kazan. gos. tekhn. un-ta, 2013. s. 320-322.
10. Effektivnost' vzaimodeystviya obrazovatel'nykh uchrezhdeniy i biznes-sredy: teoriya, metodologiya, praktika [Tekst]: koll. monografiya / T.N. Bondarenko [i dr.]; pod nauch. red. d-ra ekon. nauk, prof. A.P. Latkina. - Vladivostok: Izd-vo VGUES, 2010. - 188 s.: ISBN 978-5-9736-0179.