

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

2017, Том 5, номер 4 (июль – август) <http://mir-nauki.com/vol5-4.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/30PDMN417.pdf>

Статья опубликована 01.09.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шагбанова Ю.Б. Педагогические методы формирования исследовательских навыков студентов бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» // Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, номер 4 <http://mir-nauki.com/PDF/30PDMN417.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 37.01

Шагбанова Юлия Борисовна¹

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

Педагогические методы формирования исследовательских навыков студентов бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»

Аннотация. В образовательной отрасли актуализируется применение разнообразных педагогических методов формирования исследовательских навыков студентов высшей школы. В данной статье прослеживается взаимосвязь использования педагогических методов в данном процессе через преподавание учебных дисциплин коммуникационного контекста. Автором проанализирован опыт Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева, выпускающей кафедры истории и связей с общественностью, которая готовит бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». В своем исследовании автор рассмотрел такие педагогические методы, как метод портфолио, метод проектов, дискуссий, разбора конкретных ситуаций и т. п. Был сделан акцент на преподавании учебного курса «Основы интегрированных коммуникаций»: рассмотрен метод портфолио с точки зрения формирования студентами исследовательских навыков. Также автор обратил внимание на проектный метод, который активно используется в ходе преподавания дисциплин «Организация и проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью», «Основы проектирования в рекламе и связях с общественностью». А именно рассмотрены реальные студенческие проекты, в процессе разработки которых формируются у студентов наиболее эффективно именно исследовательские навыки. Автором в статье был сделан вывод, что исследовательские навыки, которыми студент овладевает в ходе учебного процесса, представляют собой оценочный компонент профессионализма студента, а также эффективности педагогических приемов, которыми владеет преподаватель высшего учебного заведения.

Ключевые слова: образовательная отрасль; педагогические методы; метод портфолио; проект; проектный метод; метод разбора конкретной ситуации; исследовательские навыки

¹ 420126, г. Казань, ул. Ямашева, д. 61, кв. 180

В современной образовательной отрасли высшая школа (высшее учебное заведение) представляет собой информационно-коммуникационное пространство, в котором создаются все необходимые условия для формирования у студентов разного рода компетенций, навыков и умений. Среди таковых важными являются, на наш взгляд, коммуникативные, профессиональные, исследовательские, научные, организационные, творческие и т. п. Тем более, что в современных условиях востребованы выпускники высших учебных заведений, способные работать на уровне тех высоких требований, которые предъявляют работодатели. Умение быстро адаптироваться в изменяющихся социально-экономических реалиях, наличие навыков самостоятельного поиска знаний и их применения в различных ситуациях, умение работать в команде, ориентированность на достижение результата, стремление реализовать выбранный профессиональный путь – качества, необходимые выпускнику высшего учебного заведения новой компетентностной формации. Важно учесть и тот факт, что независимо от выбранной специальности, будь то технического или гуманитарного порядка, будущий бакалавр или специалист должен ориентироваться в коммуникативном пространстве и вести деловые коммуникации.

Исследовательские навыки (умения) студентов можно воспринимать, как способность студента выполнять умственные и практические действия, соответствующие научно-исследовательской деятельности и подчиняющиеся логике научного исследования, на основе знаний и умений, приобретаемых в процессе изучения основ наук. Л. П. Широкова в качестве показателей высокого уровня владения исследовательскими навыками выделяет следующие: наличие элементов творческого, самостоятельного поиска; умение студентов привлечь к исследованию совокупность различных методов, которые позволяют получить более полную информацию об изучаемых явлениях, фактах; адекватность методики выдвинутым задачам.

В статье анализируется опыт Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева, а именно выпускающей кафедры «истории и связей с общественностью», где готовят и выпускают бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью»: акцент делается на интерактивных методах проведения занятий, как, например, методы проектов, портфолио, дискуссий, разбора конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры, тренинги. Они выступают наиболее эффективными в педагогическом плане и играют важную роль в формировании исследовательских навыков у студентов, которые являются ключевым основанием получения любого рода информации по выявлению проблем развития общественного субъекта или объекта для последующего их решения.

Исследовательские навыки студентами формируются, как правило, в ходе образовательной цепочки: 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 и т. п.

Особенно важно отметить их приобретение студентами через преподавание учебных дисциплин с применением данных педагогических методов. Так, например, метод портфолио применяется в рамках преподавания дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» (рекламы и связей с общественностью). Он предполагает, что результаты всех исследований по этой дисциплине будут занесены в учебное портфолио, как своего рода информационную базу. Ключевым исследованием является, как правило, анкетирование, которое проводится первокурсниками направления «Реклама и связи с общественностью» по теме «Проблемы адаптации студентов первого курса Института экономики, управления и социальных технологий Казанского национального исследовательского технического университета им. А.

Н. Туполева к учебному процессу и внеучебной деятельности». Анкету готовят сами студенты, содержание которой представляют на учебном занятии.

В рамках преподавания учебных курсов «Организация и проведение рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью», «Основы проектирования в рекламе и связях с общественностью» необходимо выделить еще один педагогический метод, представляющий основу для развития исследовательских навыков студентов – это проектный метод. Студент должен выбрать реальную организацию определенной отрасли или отрасли, в целом, для проведения комплексных исследований. Подбор темы, анализ литературы и интернет-источников, систематизация теоретических материалов, проведение исследований по теме, отработка стратегических и тактических действий, разработка эффективности проведения всех запланированных мероприятий: все эти составляющие проекта, так или иначе, связаны с приобретением исследовательских навыков. Любая проектная деятельность требует проведения тщательного подготовительного этапа в виде проведения исследования ситуации и постановки проблемы.

К примеру, в рамках проекта «Реклама и связи с общественностью в продвижении III Всероссийского форума «Время кино» как средства развития киноиндустрии», который был включен в дипломную работу студентки-выпускницы и научным руководителем которой является автор данной статьи, прослеживается процесс формирования и реализации исследовательских навыков.

Так, для анализа ситуации проекта были проведены следующие исследования: анализ инструментов продвижения I и II Всероссийского форума «Время кино» (интернет-ресурсы: официальная группа форума в социальных сетях «VK.com» и «facebook.com»; сайт Казанского международного фестиваля мусульманского кино; сайт государственного бюджетного учреждения культуры Республики Татарстан «Татаркино»; сайт кинотеатра «Мир», официальная группа кинотеатра «Мир» в социальных сетях «VK.com» и «facebook.com»; рекламные инструменты; средства массовой информации и профильные киноресурсы; информационные партнеры); проведено интервью с руководителем форума «Время кино» Альбиной Нафиговой для анализа коммуникационной стратегии форума с момента его создания и выявления наиболее эффективных инструментов его продвижения; а также проведен опрос российских кинематографистов и журналистов для выявления мнения об эффективности применения инструментов рекламы и связей с общественностью.

На основе проведенных исследований были выявлены не только проблемные зоны в продвижении данного субъекта киноиндустрии (наблюдается низкая степень освещенности форума в СМИ; он малоизвестен в профессиональных кругах в качестве профессиональной площадки для кинематографистов; не всегда эффективно и точно используются инструменты рекламы и связей с общественностью в работе с участниками форума, слабо выражена география его участников), а также определена стратегия и тактика проекта. Примечательно, что и для оценки эффективности реализации PR-проекта были проведены исследования коммуникационного аспекта, результаты которых могут повлиять на выбор новой стратегии продвижения объекта или субъекта киноиндустрии: мониторинг новостных российских и республиканских СМИ; мониторинг специализированных СМИ и интернет-площадок профильных партнеров; анализ динамики посещения географии участников форума (проследить динамику, то есть, сколько посетили данное мероприятие в прошлом году, в настоящее время и т. д.).

Проектный метод, как педагогический прием, нацеливает студентов на разработку курсовых и выпускных квалификационных работ, а значит, и на формирование исследовательских навыков. Так, для написания дипломной работы «Реклама и связи с общественностью в сфере высоких технологий» были проведены исследования с точки зрения

разных контекстов. Для написания теоретической части работы исследованы те источники, которые позволили разработать правовую базу. В проектной части исследования касались деятельности государственного автономного учреждения «Технопарк в сфере высоких технологий «ИТ-парк». С одной стороны, студент исследовал документы данного учреждения, чтобы выделить эффективные каналы его продвижения, с другой стороны, были проведены исследования социальных сетей, сайта организации для выявления ее коммуникаций с целевой аудиторией.

Многие выпускные квалификационные работы пишутся студентами на основе заказа потенциальных или реальных работодателей и требуют полноценных, всесторонних исследований. Так, по заказу муниципалитета Муслюмовского района Республики Татарстан было проведено исследование его бренда: анализ его официального сайта <http://muslumirc.ru>; официальных страниц в социальных сетях; взято интервью с главой Муслюмовского муниципального района РТ – Муллиным Рамилем Хамзовичем; интервью с сотрудниками совета района, а также проведено анкетирование среди жителей село Муслюмово. Исследования были направлены, с одной стороны, на то, чтобы выработать стратегию продвижения данной территории: восприятие района в качестве бренда; его позиционирование для отстройки от других схожих районов республики и привлечения «новой аудитории»; эффективное использования социальных сетей и специальных мероприятий для формирования и развития его бренда. С другой стороны, студент в ходе исследовательской работы приобретает коммуникативные компетенции, которые обеспечивают 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.

Что касается такого педагогического метода, как разбор конкретной ситуации (кейсов) используется в процессе преподавания курса «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Студенты формируют команду из 2-3 человек, выбирают конкретную организацию и проводят исследования: на основе диагностики корпоративной культуры изучают проблемные зоны в деловом и неформальном общении, положительные моменты в социально-психологическом настрое коллектива по отношению к руководителю, исследуют динамику кадрового потенциала. Исследовательские результаты затем дают возможность составить социально-психологическую карту организации или ее отдельной структуры. Данный педагогический прием актуален и в дисциплине «Основы брендинга». Для разбора конкретной ситуации по продвижению бренда студенты проводят маркетинговые исследования, коммуникационные исследования (аудит бренда, его преимущества, эмоциональные предпочтения потребителя, исследования конкурентного бренда и т. п.). В целом, кейс-методики привлекательны тем, что конкретные ситуации из практики действующих рыночных субъектов, их изучение, анализ и осмысление позволяют сформировать компетентного, критически мыслящего и, соответственно, востребованного специалиста.

Таким образом, подобные исследовательские навыки приобретают практико-ориентированный подход, что служат оценочным компонентом профессионализма студентов. Тем более, надо учесть, что одновременно данные процессы служат оценочной базой эффективности применяемых педагогических приемов в деятельности преподавателей высшей школы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галимуллина, Н. М., Коршунова, О. Н. Формирование компетенций бакалавров направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в рамках дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» // Интернет-журнал «Науковедение», 2014. №3 (22) [Электронный ресурс] – М.: Науковедение, 2014. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/160PVN314.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. -яз. рус., англ. (Дата обращения 11.08.2017).
2. 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.
3. Калугина, Н. Л., Калугин, Д. А., Бодьян, Л. А., Варламова, И. А., Гиревая, Х. Я. Теоретические аспекты формирования исследовательских умений студентов в процессе самостоятельной работы // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16889>, свободный. – Загл. с экрана (Дата обращения: 14.08.2017).
4. Нагматуллина, Л. К., Ахметгалиева, А. Р. Роль информационных технологий в обеспечении качества образовательного процесса / / Научное обозрение: гуманитарные исследования, 2016, №5, С. 6-10.
5. 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.
6. 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 – яз. рус., англ. (Дата обращения 14.08.2017).
7. 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. -яз. рус., англ. (Дата обращения 11.08.2017).
8. 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.
9. 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, т.4, №3. – Режим доступа: <http://mir-nauki.com/issue-3-2015.html>. – Загл. с экрана. – яз. рус., англ. (Дата обращения 12.08.2017).
10. Широкова, Л. П. Исследовательская деятельность студентов: пути формирования // Инновационная деятельность образовательного учреждения физкультурной направленности. – Ижевск: ИРПО, 2004, С. 71-75.

Shagbanova Julia Borisovna

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

Pedagogical methods of formation of research skills of students of bachelors of the direction "Advertising and Public Relations"

Abstract. In the educational sector, the application of various pedagogical methods for the formation of research skills of high school students is actualized. In this article, we see a correlation between the use of pedagogical methods in this process through teaching the educational disciplines of the communication context. The author analyzes the experience of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev, which produces the Department of History and Public Relations, which prepares bachelors in the direction of "Advertising and Public Relations". In his study, the author examined such pedagogical methods as the portfolio method, the method of projects, discussions, case studies, and so on. The emphasis was placed on the teaching of the course "Fundamentals of Integrated Communications": the portfolio method was considered from the point of view of the formation of students' research skills. Also, the author drew attention to the project method, which is actively used in the teaching of disciplines "Organization and conduct of publicity campaigns and campaigns", "Basics of designing in advertising and public relations." Namely, real student projects are considered, in the development of which students are most effectively developing research skills. The author in the article concluded that the research skills that the student learns in the course of the educational process represent an evaluation component of the student's professionalism, as well as the effectiveness of the pedagogical methods that the teacher of the higher education institution owns.

Keywords: educational branch; pedagogical methods; portfolio method; project; project method; method of case study; research skills