

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

Выпуск 3 - 2015 июль — сентябрь <http://mir-nauki.com/issue-3-2015.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/43PDMN315.pdf>

УДК 37.01

Шагбанова Юлия Борисовна

ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева – КАИ»

Россия, г. Казань

Доцент кафедры «Истории и связей с общественностью»

Кандидат исторических наук

E-mail: chagbanovajuli@mail.ru

**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»**

Аннотация. В современном образовательном пространстве педагогическое мастерство, прежде всего, связано с реализацией в ходе преподавания той или иной дисциплины профессиональных компетенций студентов. В данной статье на опыте Казанского национального исследовательского технического университета им. А.Н. Туполева, а именно выпускающей кафедры истории и связей с общественностью, представлены важные аспекты реализации профессиональных компетенций бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» на примере преподавания дисциплины.

«Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Автор статьи рассмотрел реализацию таких профессиональных компетенций, как профессиональные компетенции (ПК)-12, ПК-22, ПК-33 с применением конкретных педагогических приемов и практических учебных примеров. Так, профессиональная компетенция ПК-12 - «способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности» реализуется через подготовку студентами проектов в рамках предлагаемой дисциплины, которые были представлены на профессиональные конкурсы. Проекты были отправлены на XV Открытый Всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный Апельсин». Кроме этого, необходимо отметить участие студентов в конференции по презентации разработчиками проекта «Татарстан-2030» основных положений Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан на период до 2030 года в рамках молодежного конкурса «Стратегия Татарстана – моя стратегия!».

Ключевые слова: образовательное пространство; профессиональные компетенции; корпоративная культура; проект; практико-ориентированный подход; внутренние коммуникации; учебный процесс; корпоративный кодекс; презентация; исследование.

Ссылка для цитирования этой статьи:

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 №3 <http://mir-nauki.com/PDF/43PDMN315.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

В современном образовательном пространстве обучение бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью, прежде всего, опирается на практико-ориентированный подход, который позволяет студентам наряду с компетенциями теоретического уровня освоения знаний приобретать практические навыки и умения. Обучение при компетентностном подходе осуществляется через активный контакт обучающихся с окружающим миром, расширение базы знаний для последующего самостоятельного решения проблем еще в рамках вузовской подготовки. Практико-ориентированный подход направлен также на расширение научно-исследовательского эффекта, образовательного эффекта (рейтинги обучающихся, степень освоения профессиональных компетенций), а также на расширение и развитие ресурсно-экономического эффекта (трудоустроенность выпускников, динамика потребления ресурсов основными отраслями экономики и т.п.) от учебного процесса. Кроме этого данный подход закладывает основы для более эффективного развития профессиональных компетенций. Наряду с данным подходом, важно отметить и интерактивные задания в рамках преподавания учебных дисциплин, которые выполняют познавательные, прагматические, коммуникативные и аналитические задачи. Выполнение подобных заданий также влияет на эффективность профессиональной подготовки студентов.

В Казанском национальном исследовательском техническом университете им. А. Н. Туполева выпускающая кафедра истории и связей с общественностью готовит специалистов по связям с общественностью и бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Специфика данного направления влияет на организацию учебного процесса – выстраивается логическая образовательная цепочка, в основе которой лежат профессиональные компетенции: 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 рамках учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» кафедры истории и связей с общественностью есть такая дисциплина как «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Она преподается на четвертом курсе.

В данном случае важно проследить как профессиональные компетенции (ПК), которые зафиксированы в образовательных документах, в том числе и в рабочей программе дисциплины, реализуются на практике в ходе продвижения знаний и обучения студентов по данной дисциплине.

Так, например, профессиональная компетенция - ПК-33: «способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы» находит отражение в практических занятиях и самостоятельной работе студентов по курсу «Связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры». Практические занятия ориентированы на создание проекта по продвижению и поддержанию корпоративной культуры организации разных отраслей (условие - организация по выбору студента). В процессе анализа ситуации по выбранной теме идет сложный процесс сбора информации, исследования проблемных зон, связанных с формированием и развитием корпоративной культуры выбранной организации. К примеру, была выбрана тема «Развитие корпоративной культуры международного аэропорта

«Казань». В ходе реализации отмеченной профессиональной компетенции сбор и систематизация информации проходил по следующей схеме:

1. Первоначально был проанализирован сайт компании и сделан анализ уровней корпоративной культуры международного аэропорта «Казань» по Трайсу и Бейеру (отмечены установившиеся порядки в компании через корпоративные церемонии: церемония награждения сотрудников международного аэропорта "Казань" ко Дню Воздушного флота РФ; выделена организационная коммуникация через распространенный миф - раньше сотрудники бесплатно могли на самолетах полететь за покупками в Москву; отмечен собственный корпоративный сленг: «вышка» – командно-диспетчерский пункт, «стюры» – стюарды или стюардессы, «борт» – воздушное судно, «таблетка» – санитарная машина и т.п.);

2. Далее, проведены первичные исследования:

- Анализ сайтов конкурентов на наличие информации о корпоративной культуре. Были проанализированы четыре сайта: Международный аэропорт «Казань» (www.kazan.aero), аэропорт Пулково (www.pulkovoairport.ru), Международный аэропорт Шереметьево (www.svo.aer), Международный аэропорт Внуково (www.vnukovo.ru/) и выявлены следующие проблемы: на сайте международного аэропорта «Казань» отсутствуют документы, регламентирующие корпоративную культуру; отсутствует информация о корпоративной культуре международного аэропорта «Казань».
- Проведено экспертное интервью с Валеевой Динарой Марселевной - руководитель службы управления персоналом аэропорта, которое показало такие проблемы как: отсутствие взаимодействия между отделами; Отсутствие корпоративного кодекса, регламентирующего корпоративную культуру международного аэропорта «Казань». В компании существуют документы, регулирующие правила поведения и внешнего вида, а также правила делового общения, но единый корпоративный Кодекс отсутствует.

3. Анализ проведенного исследования индивидуальных мотиваторов персонала ОАО "Международный аэропорт «Казань»". В качестве диагностического инструмента был использован тест Ш. Ричи (дата исследования: 2014-06-23).

Исследование проведено в целях совершенствования индивидуального стимулирования сотрудников в ОАО "Международный аэропорт «Казань»"; было опрошено 15 сотрудников аэропорта «Казань». Должностной состав респондентов включал в себя начальника отдела маркетинга, специалиста по анализу и планированию, специалиста по расписанию, специалиста по маркетингу; начальника отдела неавиационной деятельности, специалиста по аренде и рекламе, специалиста по связям с общественностью, специалиста по неавиационной деятельности, эксперта по работе со средствами массовой информации (СМИ); начальника службы организации перевозок и др. Исследователь Ерхова пришла к следующим выводам: для сотрудников аэропорта наиболее значимыми стимулами к работе являются комфортные условия труда, достойная заработная плата, четкая регламентация работы и отсутствие противоречивых требований, а также хорошие отношения в коллективе; необходимо создать доступную информационную среду, в которой каждый сотрудник аэропорта вовремя и без искажений получает необходимые инструкции, оперативную информацию и т.п.; важно поддерживать на данном авиационном предприятии корпоративные традиции, разработать Кодекс корпоративной этики.

В целом, реализация данной профессиональной компетенции нашла отражение в постановке проблемы, которую студенты сформулировали, как отсутствие корпоративного кодекса, как одного из важного документа корпоративной культуры, что могло повлиять и на

эффективность и степень развития коммуникации между сотрудниками отделов, которая происходит не на постоянной основе.

Возьмем еще такую профессиональную компетенцию, как ПК-12 - «способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности». В данном аспекте реализация знаний, которые получили студент по дисциплине «Связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры» позволили принять им участие в профессиональных конкурсах. Так, проекты, выполненные в рамках данного учебного курса, были отправлены на XV Открытый Всероссийский конкурсе студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный Апельсин». Кроме этого, необходимо отметить участие студентов в конференции по презентации разработчиками проекта «Татарстан-2030» основных положений Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан на период до 2030 года в рамках молодежного конкурса «Стратегия Татарстана – моя стратегия!».

Хотелось бы выделить профессиональную компетенцию как ПК-22 – «способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников».

В данном аспекте в рамках предлагаемой дисциплины студентами была разработана презентация на тему «Корпоративные традиции студенческой жизни на выпускающей кафедре» с применением мультимедийных технологий. Студенты, в данном случае, четвертого курса работали в малых командах по 3-4 человека. Содержательный аспект презентации: корпоративные традиции должны быть представлены с точки зрения учебного процесса, научной жизни студентов, внеучебных и культурно-познавательных компонентов. Разработанная презентация была представлена для первого курса направления «Реклама и связи с общественностью», а также вошла в план Инженерного фестиваля, который проходит в Казанском национальном исследовательском техническом университете им. А.Н. Туполева на Дне открытых дверей. Таким образом, при выполнении данного учебного задания, с одной стороны, выявляются мотивационные составляющие деятельности студентов для более эффективного процесса обучения, а с другой стороны, такого рода презентации направлены на поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, развитие активных внутренних коммуникаций.

В целом, проанализированные профессиональные компетенции, которые студенты получают в ходе изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в формировании и развитии корпоративной культуры» еще в рамках вуза, дают возможность овладеть методиками адаптации к реалиям жизненных и профессиональных ситуаций. Обучение при компетентностном подходе осуществляются через активный контакт обучающихся с окружающим миром, расширения базы знаний для последующего самостоятельного решения проблем еще в рамках вузовской подготовки. Дальнейший же успех молодого специалиста зависит не только от суммы компетенций, сформированных в вузе, но и от навыков саморазвития. Тем не менее, именно специальные дисциплины закладывают ту необходимую основу, без которой выпускник не будет конкурентоспособным на рынке труда.

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, 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. Ерхова М.В. Исследование индивидуальных мотиваторов персонала ОАО "Международный аэропорт "Казань" как фактор развития мотивационной среды предприятия [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://uevtsite.ru/view_statja_news.php?id, свободный.- Загл. с экрана. - Яз. рус, англ.
4. Зарипова Ф.Г. Интерактивные методы обучения в подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью // Казанская школа связей с общественностью: сборник статей / отв. редактор Д.К. Сабирова. - Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2013.- Вып. 6.- 132 с.: 100 экз.- ISBN 987-5-7579-1843-3.
5. 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.

Рецензент: Кургаева Жанна Юрьевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры «Государственного, муниципального управления и социологии» «Казанского национального исследовательского технологического университета».

Shagbanova Yuliya Borisovna

Federal State Government-Funded Educational Institution of Higher Professional Education

«Kazan national research technical university named after A.N. Tupolev - KAI»

Russia, Kazan

E-mail: chagbanovajuli@mail.ru

Implementation of the professional competencies of bachelors in "Advertising and public relations" during the teaching of discipline "Advertising and Public Relations in the formation and development of corporate culture"

Abstract. In the modern educational space of pedagogical skills, primarily due to the implementation in the teaching of a particular discipline of the professional competencies of students. In this article the experience of Kazan National Research Technological University. Tupolev, namely issuing of history and public affairs, presented important aspects of the implementation of the professional competencies of bachelors in "Advertising and public relations" as an example of teaching "Advertising and Public Relations in the formation and development of corporate culture." The author has considered the implementation of the professional competencies as professional competence (PC) -12, the PC-22, PC-33 with the use of specific teaching techniques and practical case studies. So, professional competence PC-12 - "the ability to implement the knowledge in the field of advertising and public relations as a sphere of professional activity" is realized through the preparation of the student projects in the proposed discipline, which were presented at professional competitions. Projects were sent at the XV All-Russian competition of student works in the field of public relations "Crystal Orange". In addition, it should be noted the participation of students in the conference on the presentation of the project developers "Tatarstan-2030" the main provisions of the Strategy of socio-economic development of the Republic of Tatarstan for the period till 2030 as part of the youth competition "strategy of Tatarstan - my strategy!".

Keywords: educational space; professional competence; corporate culture; design; practice-oriented approach; internal communications; training process; the corporate code; the presentation; the study.

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, 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. Erkhova M.V. Issledovanie individual'nykh motivatorov personala OAO "Mezhdunarodnyy aeroport "Kazan" kak faktor razvitiya motivatsionnoy sredy predpriyatiya [Elektronnyy resurs].- Rezhim dostupa: http://uevtsite.ru/view_statja_news.php?id,svobodnyy.- Zagl. s ekrana. - Yaz. rus, angl.
4. Zaripova F.G. Interaktivnye metody obucheniya v podgotovke bakalavrov reklamy i svyazey s obshchestvennost'yu // Kazanskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu: sbornik statey / otv. redaktor D.K. Sabirova. - Kazan': Izd-vo Kazan. gos. tekhn. un-ta, 2013.- Vyp. 6.- 132 s.: 100 ekz.- ISBN 987-5-7579-1843-3.
5. 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.