

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

2017, Том 5, №3 (май - июнь) <http://mir-nauki.com/vol5-3.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/50PDMN317.pdf>

Статья опубликована 24.06.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Евсюков И.С. Социальные сети как средство формирования профессиональных компетенций студентов высших учебных заведений (на примере направления «реклама и связи с общественностью») // Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, №3 <http://mir-nauki.com/PDF/50PDMN317.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 37

Евсюков Иван Сергеевич

ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Россия, Москва
Старший преподаватель
E-mail: Evsiukov@yandex.ru

Социальные сети как средство формирования профессиональных компетенций студентов высших учебных заведений (на примере направления «реклама и связи с общественностью»)

Аннотация. В современных условиях глобализации и информатизации общества использование разнообразных информационно-коммуникативных технологий в сфере образования выступает необходимым условием достижения его главной цели - всестороннего развития личности обучающегося. Конкурентоспособность выпускника вуза на рынке труда напрямую зависит от уровня развития его профессиональной компетентности, который, в свою очередь, обусловлен степенью сформированности ключевых компетенций специалиста. Компетентностный подход в высшем образовании нацелен на выпуск специалистов с высокой степенью сформированности профессиональной компетентности.

Социальные сети сегодня являются неизменным спутником современного человека. Особой популярностью социальные сети пользуются в среде современной молодежи. Использование значительного потенциала ресурсов глобальной сети Интернет позволяет расширить набор средств для формирования профессиональных компетенций студентов. В статье анализируются возможности использования социальных сетей как средства формирования профессиональных компетенций студентов вуза в рамках образовательного процесса. Раскрыто содержание ключевых профессиональных компетенций специалистов по рекламе и связям с общественностью. Проанализированы достоинства и недостатки использования социальных сетей в учебном процессе. Предложены направления использования пользовательского функционала современных социальных сетей в процессе формирования профессиональных компетенций студентов.

Ключевые слова: информационные технологии; компетенция; профессиональная компетентность; социальная сеть; компетентностный подход; пользователь социальной сети; специалист по рекламе и связям с общественностью

Глобализация экономики, необходимость преодоления экономических проблем, демократизация общественной жизни в большинстве стран мира, значительное увеличение

объема информации, быстрое развитие информационных и компьютерных технологий, усиление роли самообразования требуют обновления системы высшего образования. Одной из важнейших концептуальных основ, которые определяют современную методологию содержания образования, выступает компетентностный подход в профессиональном становлении студентов, в частности будущих специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью». Введение в образовательный процесс современных информационных технологий, использование значительного потенциала ресурсов глобальной сети Интернет позволяет расширить набор средств для формирования профессиональных компетенций студентов. Использование социальных сетей как средства формирования профессиональных компетенций будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью является актуальным направлением исследования.

Цель статьи - обосновать целесообразность использования социальных сетей при формировании профессиональных компетенций студентов вуза, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью».

В статье проводится теоретический анализ публикаций по вопросам формирования и развития профессиональных компетенций студентов вуза и моделирование учебного процесса, изучение и обобщение опыта формирования профессиональных компетенций студентов вуза.

Внедрение компетентностного подхода в образование началось в 70-х годах прошлого века и прошло несколько этапов в своем развитии, а ключевое понятие «компетенция» стало объектом специальных научных исследований. Под профессиональной компетенцией сегодня большинством авторов понимается интегрированная способность практического применения знаний, умений и навыков решения профессиональных задач [2]. Исследованием формирования профессиональных компетенций специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью занимались такие ученые, как В.Г. Афанасьев, В.С. Безрукова, В.И. Маслов, Д. Хаймс и др. Новые сервисы, в частности социальные сети, способствуют максимально быстрому и удобному оперированию учебным контентом на любом расстоянии и в любое время. Исследованием возможностей внедрения в учебный процесс социальных сетей занимались Л.М. Михайлов, Г.Г. Почепцов, Е.Г. Пыриков, Б. Мередит и др. Однако сегодня социальные сети не нашли широкого применения в организации учебной деятельности студентов и процессе формирования профессиональных компетенций, поэтому вопросы их внедрения в образовательный процесс являются актуальными и требующими дальнейших исследований.

Работодатели требуют от выпускников вузов не просто высокого уровня знаний теоретического материала, но прежде всего высокого уровня развития профессиональных компетенций, то есть умения, готовности и способности использовать приобретенные знания в собственной профессиональной деятельности. При этом преимущество принадлежит тем кандидатам на занятие вакантных должностей, которые демонстрируют умение творчески подходить к решению поставленной задачи, самостоятельно принимать эффективные управленческие решения и быстро находить необходимую информацию. Таким образом, современное бизнес-пространство в целом требует профессионально-компетентных специалистов по рекламе и связям с общественностью, что выступает главным стимулом внедрения компетентностного подхода в высшем образовании.

Т.А. Ольховая выделяет следующие ключевые составляющие профессиональной компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью [6]:

- логическая компетенция, то есть владение дедуктивным методом доказательства и опровержения утверждений;

- исследовательская компетенция, которая предусматривает умение применять различные методы исследований при решении профессиональных задач;
- коммуникативная компетенция, которая проявляется в развитых коммуникативных навыках специалиста и стремлении их проявить на практике;
- информационная компетенция, которая выражается в способности собирать информацию, осуществлять ее первичную обработку, передачу и хранение;
- проектная компетенция, которая представляет способность разрабатывать различные проекты в рамках профессиональной деятельности и управлять ими;
- процедурная (операционная) компетенция, которая рассматривается как способность к выстраиванию конкретных действий (процедур и операций) в необходимой последовательности с целью решения профессиональных задач.

Формирование профессиональных компетенций специалистов по рекламе и связям с общественностью невозможно без использования современных информационно-коммуникативных технологий, в частности и ресурсов социальных сервисов глобальной сети Интернет. Распространение виртуальных образовательных, учебных и социальных сетей, по мнению Г.В. Михалевой, создает условия для объединения людей в группы пользователей по интересам с целью удовлетворения определенных потребностей [5]. Под понятием «социальная сеть» сегодня понимается виртуальная площадка, которая обеспечивает общение между пользователями, в том числе и обмен данными. Обязательным условием использования социальной сети выступает создание учетной записи [1]. Стандартный набор инструментов социальной сети позволяет сохранять фото, видео, аудио файлы, документы в офисных форматах на личной странице пользователя; проводить поиск пользователей по определенным признакам и включать их в отдельные приоритетные списки. Функционал пользователя социальной сети позволяет создавать опросы, группы или клубы, страницы событий и др. Популярность социальных сетей различна среди молодежи разных возрастных групп. Так, по данным исследования 2011 года у молодых людей в возрасте от 14 до 19 лет популярность общения через социальные сети составляла в среднем 19%, а среди пользователей в возрасте 20-30 лет - 35% [6]. По оценкам экспертов на сегодняшний день указанные цифры выше в среднем на 5-7% [8]. Д.О. Королева выделяет такие базовые принципы использования социальных сетей, как: идентификация лица (сведения о личности), присутствие на сайте (можно узнать, кто из пользователей в данный момент есть в сети и присоединиться к общению), статус отношений между пользователями (друзья, члены семьи, одноклассники и др.), коммуникация в сети (общаться с несколькими пользователями сети синхронно и асинхронно), минигруппы (можно создать в середине виртуальной социальной сети объединения по интересам), обмен материалами (документами, фото, видео и пр.) [4].

Позитивными факторами использования социальных сетей в образовательном процессе студентов выступают следующие:

- модернизация системы образования, поскольку использование социальных сервисов требует от преподавателя развития собственного опыта работы в сетях и поиска новых путей для инициации и управления работой студентов;
- разнообразие форм взаимодействия и коммуникации (форумы, опросы, голосования, комментарии, подписки, сообщения и т.д.);
- организация и коррекция самостоятельной работы студентов;

- привлечение к работе сокурсников или консультантов для совместного выполнения задач или помощи, организация групповой работы студентов для преодоления трудностей при развитии профессиональных компетенций;
- возможность широкого поиска и свободного обмена информацией, представленной в различных форматах;
- возможность проведения онлайн-консультаций преподавателя; вебинаров;
- формирование сообщества единомышленников для достижения определенной цели;
- удобство, бесплатность, оперативность общения, независимо от места нахождения и физического состояния пользователя.

Указанные факторы в комплексе обуславливают целесообразность использования социальных сетей в учебном процессе для повышения его эффективности, в частности, для управления процессом самостоятельной работы студентов, перенос акцентов с психологического аспекта процесса обучения на практический (для студентов с низким уровнем знаний или низкой самооценкой) и формирования коммуникативных качеств обучающихся.

Анализируя особенности использование социальных сетей как средства формирования профессиональных компетенций у студентов, можно выделить следующие его формы [4]: социальные сети как площадка для взаимодействия между преподавателем и студентом (возможность задать вопрос), студентом и студентом (неформальное общение, обсуждения, выполнение совместных проектов), студентом и обществом (например, общение между студентом и людьми, не входящими в группу обучения пользователя); как пространство управления процессом обучения; как место хранения информации; как «доска объявлений» (размещение организационной информации о событиях в рамках учебной и внеучебной деятельности группы студентов).

Необходимо отметить, что в образовательном процессе могут использоваться как социальные сети свободного доступа (например, «ВКонтакте», «Одноклассники» и др.), так и социальные сети, созданные учебным заведением (например, «Кампус24» Академии ВЭГУ).

Нами были разработаны практические рекомендации по использованию пользовательского функционала социальной сети как средства формирования профессиональных компетенций студентов на примере соцсети «ВКонтакте» (см. табл.).

Таблица

Возможности использования социальной сети в процессе формирования профессиональных компетенций студентов

Функциональный элемент	Возможности использования	Профессиональная компетенция студента
Сообщения	Данный элемент функционала социальной сети может использоваться для непосредственного общения в формате «студент-преподаватель», «студент-студент» в рамках выполнения учебных задач	Коммуникативная компетенция

Функциональный элемент	Возможности использования	Профессиональная компетенция студента
Видеозаписи	Возможность просмотра лекций в полном объеме или фрагментарно, возможность видеозаписи и ее сохранения в рамках выполнения заданий (например, видеозапись проведенного опроса, анкетирования и др.)	Коммуникативная, исследовательская компетенция
Стена (страница пользователя)	Возможность размещения различных учебных материалов, возможность комментирования размещенного материала	Информационная компетенция
Документы и файлы	Возможность размещения, скачивания и обмена необходимой учебной информацией в форме документов	Информационная компетенция
Группы	Данный элемент позволяет пользователю-студенту создавать группы для более эффективной работы над поставленными учебными задачами. Формат групп может быть «студент-студенты», «студент-преподаватель», «студент - преподаватель - студенты»	Коммуникативная, исследовательская, процедурная, информационная компетенции.
Опросы	Данный элемент позволяет студентам формировать собственные опросы по тематике выполняемого задания для изучения мнения пользователей соцсети. Также он может использоваться преподавателями для изучения мнения студентов	Коммуникативная, исследовательская, процедурная, информационная компетенции
Друзья	Возможность общения с пользователем в формате переписки	Коммуникативная компетенция
Закладки	Возможность сохранять необходимый материал	Информационная, процедурная компетенция
Новости/лента	Размещение организационной информации про события как в учебной, так и вне учебной деятельности	Коммуникативная и информационная компетенции

Примечание: составлено автором

Таким образом, в таблице выше систематизированы возможные направления использования социальных сетей в процессе формирования профессиональных компетенций студентов. Можно сделать вывод, что социальные сети как средство формирования профессиональных компетенций студентов вузов могут быть использованы практически на всех этапах обучения. Имеющийся функционал наиболее популярных социальных сетей позволяет влиять на формирование таких базовых компетенций студентов, как коммуникативная, информационная, процедурная и исследовательская.

Необходимо отметить, что использование социальных сетей как средства формирования профессиональных компетенций студентов вуза может иметь и негативные последствия. Например, такие, как снижение стандартов грамотности, отвлечение внимание от образовательной деятельности, ожидание помощи при выполнении посильной работы, плагиат и др.

Проблема внедрения компетентностного подхода в систему высшего образования в настоящее время остается не до конца решенной. Возможности использования социальных сетей при формировании профессиональных компетенций студентов вуза, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью» широки. Использование социальных сетей может положительно влиять на формирование таких профкомпетенций студентов, как коммуникативная, информационная, проектная, логическая, процедурная, исследовательская. В образовательном процессе могут использоваться как социальные сети свободного доступа, так и социальные сети, созданные учебным заведением.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гендина, Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство [Электронный ресурс] // Информационная грамотность и медиаобразование для всех. - Режим доступа: http://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_6dd99da2e42e5488e728fb8c635eaa_d8 (дата обращения: 05.06.2017).
2. Зимняя, И.А. Ключевые компетенции - новая парадигма результата образования [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-kompetentsii-novaya-paradigma-rezultata-obrazovaniya> (дата обращения 08.06.2017).
3. Клименко, О.А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса [Текст] / О.А. Клименко // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). - СПб.: Реноме, 2012. - С. 405-407.
4. Королева, Д.О. Использование социальных сетей в образовании и социализации подростка: аналитический обзор эмпирических исследований (международный опыт) [Текст] / Д.О. Королева // Психологическая наука и образование. 2015. - Т. 20. - № 1. - С. 28-37.
5. Михалева, Г.В. Современная британская стратегия информационной безопасности детей и молодежи [Текст] // Вестник ЧелГУ. 2013. № 22 (313), вып. 81. С. 33-36.
6. Ольховая, Т.А. Развитие медиакомпетентности студентов университета [Текст]: учеб.-метод. пособие / Т.А. Ольховая, Т.И. Мясникова М., 2011. - 126 с. - ISBN 987-5-904823-02-9.
7. Резник, Н.И. Вопросы образования: Инвариантный подход. Компетентностный подход [Текст]: монография / Н.И. Резник, О.Г. Берестнева, Л.Ф. Алексева, Г.Е. Шевелев. - Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. - 470 с. - ISBN 978-98298-568-2.
8. Социальные сети в России. Исследование Mail.Ru Group [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.cossa.ru/upload/medialibrary/240314%20Social_network_MailRuGroup.pdf (дата обращения 04.06.2017).
9. Троянская, С.Л. Основы компетентностного подхода в высшем образовании [Текст]: учебное пособие. - Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. - 176 с. - ISBN 978-5-4312-0388-6.
10. Уиддет, С., Холлифорд, С. Руководство по компетенциям [Электронный ресурс] // HR-Portal - Режим доступа: <http://hr-portal.ru/pages/hrm/comp01.php> (дата обращения 01.06.2017).
11. Храпченкова, Н.И. Профессиональная компетентность как педагогическая проблема [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Pedagogica/29974.doc.htm (дата обращения 01.06.2017).

Evsiukov Ivan Sergeevich

Moscow aviation institute (National research university), Russia, Moscow
E-mail: Evsiukov@yandex.ru

Social networks as a means of formation of professional competence of University students (on the example of the direction "Advertising and public relations")

Abstract. In modern conditions of globalization and informatization of the society, using various information and communication technologies in the field of education is a necessary condition for achieving its main objective - the comprehensive development of the student's personality. Competitiveness of the graduate of the university in the labor market directly depends on the level of development of his professional competence, which, in turn, is driven by the degree of formation of the key competences of a specialist. Competence approach in higher education is aimed at producing professionals with a high degree of formation of professional competence.

Social networks today are the constant companion of modern man. Social networks are especially popular among modern youth. Using significant potential resources of the global Internet allows expanding the set of tools for formation of professional competences of students. The article analyzes the possibilities of using social networking as a means of formation of professional competence of students in the educational process. The content of the key professional competencies of specialists in advertising and public relations is disclosed. The advantages and disadvantages of using social networks in the learning process are analyzed. The directions of using the user functional of modern social networks in the process of forming the professional competencies of students are proposed.

Keywords: information technology; competence; professional competence; social network; competence approach; social network user; the professional in advertising and public relations