

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2023, Том 11, № 3 / 2023, Vol. 11, Iss. 3 <https://mir-nauki.com/issue-3-2023.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/53PDMN323.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Семенова, Л. М. Имидж-форсайт будущего специалиста как предиктор его конкурентоспособности /

Л. М. Семенова // Мир науки. Педагогика и психология. — 2023. — Т. 11. — № 3. — URL:

<https://mir-nauki.com/PDF/53PDMN323.pdf>

For citation:

Semenova L.M. Image foresight of a future specialist as a predictor of his competitiveness. *World of Science.*

Pedagogy and psychology. 2023; 11(3): 53PDMN323. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/53PDMN323.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Семенова Лидия Михайловна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Санкт-Петербург, Россия

Профессор кафедры «Коммуникационные технологии и связи с общественностью»

Доктор педагогических наук, доцент

E-mail: lidia_sem@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6117-3093>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=665587

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Semenova_Lidiia

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAA-8455-2022>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57214838872>

Google Академия: <https://scholar.google.ru/citations?user=0bNP9QkAAAAJ>

Имидж-форсайт будущего специалиста как предиктор его конкурентоспособности

Аннотация. Введение. Статья обращается к вопросам верификации инновационной технологии образовательного имидж-форсайта как важного фактора подготовки конкурентоспособных специалистов к рынку трудовых ресурсов. В статье обоснована эффективность инновационного формата имидж-форсайт-инговой работы с будущими специалистами в вузе как предиктор их конкурентоспособности на рынке труда.

Цель статьи — представить результаты усовершенствованной автором образовательной технологии имидж-форсайта как инновационный формат работы с будущими специалистами для укрепления их конкурентоспособности на рынке труда.

Методология и методы. В исследовании реализован интегративно-компетентностный подход, допускающий интеграцию межпредметных знаний и способствующий формированию имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетенций. Методы исследования: аналитический обзор литературных источников, метод сравнительного анализа, синтез, обобщение, опрос выпускников, мониторинг мнения экспертов-работодателей, верификация технологии.

Результаты исследования. Усовершенствованная образовательная технология имидж-форсайта, разработанная автором ранее, представляет собой пополнение ее системой принципов и новыми методами обучения с учетом внедрения phygital-технологии как инструмента формирования эффективной коммуникации. Эффективность технологии имидж-форсайта подтверждают отзывы выпускников, прошедших обучение по этой технологии. Мониторинг мнения экспертов-работодателей свидетельствует о необходимости целенаправленного формирования в высшей школе имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетенций.

Новизна работы заключается в инновационной образовательной технологии имидж-форсайта, способствующей повышению конкурентоспособности будущих специалистов.

Практическая значимость заключается в результатах проведенного исследования, которые могут быть полезны в подготовке специалистов разного профиля. Материалы исследования могут быть применены будущими специалистами и преподавателями вузов, руководителями образовательных систем при организации учебного процесса, а также специалистами-практиками.

Ключевые слова: имиджелогическое образование; профессиональный имидж; имидж-форсайт; имиджелогическая компетенция; антиципационная (прогностическая) и форсайт-компетенции; конкурентоспособность

Введение

В современной реальности рынок трудовых ресурсов требует от молодых специалистов не только комплекс знаний, умений и навыков по специальности, но и умение формировать эффективный профессиональный имидж, персональный бренд, способность прогнозировать будущее и планировать карьеру. Все это является экстраполятором конкурентоспособности выпускников вузов и тех молодых специалистов, кто имеет амбиции выйти на более высокий профессиональный уровень. В Национальной доктрине образования в РФ (на период с 2000 по 2025 гг.)¹ подчеркивается основная цель современного высшего образования — подготовка компетентных, ответственных, конкурентоспособных специалистов, свободно владеющих профессией, способных к постоянному профессиональному росту. На XXVI Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ-2023) Президент РФ В.В. Путин в своем выступлении отметил, что сейчас нужны высококвалифицированные, релевантные специалисты, имеющие конкурентное преимущество, и призвал повысить качество занятых выпускников вузов. Высшая школа должна работать в тесной связке с работодателями².

Одним из условий повышения конкурентоспособности молодых специалистов является сформированная имиджелогическая, антиципационная (прогностическая) и форсайт-компетенция. Стейкхолдеры (stakeholders), т. е. работодатели, потребители, партнеры, инвесторы, коллеги и другие заинтересованные лица, доверяют и выбирают в профессиональной коммуникации не столько конкретных специалистов, сколько их эффективные имиджи. Современный специалист в формате имиджевой коммуникации должен универсально и комплексно рассматривать развитие профессиональной карьеры и будущего, уметь прогнозировать, планировать, моделировать его, создавать нужный имидж и составлять дорожную карту успешной профессиональной деятельности. Однако в практике высшей школы существуют проблемы в обучении будущих специалистов имидж-форсайту. Поэтому в современное время актуальной становится проблема обучения стратегическому планированию имиджа профессионала, целенаправленного его моделирования, формирования и продвижения на рынке труда по закону спроса и предложения, как любого другого продукта, т. е. проактивная технология имидж-форсайта.

¹ Постановление Правительства Российской Федерации № 751 «О национальной доктрине образования в Российской Федерации». 2000. [Электронный ресурс] URL: <https://docs.cntd.ru/document/901771684> (дата обращения 27.04.2023).

² Выступление Владимира Путина на ПМЭФ-2023 https://www.youtube.com/watch?v=618QQA_0CXk.

Цель статьи — представить результаты усовершенствованной автором образовательной технологии имидж-форсайта как инновационный формат работы с будущими специалистами для укрепления их конкурентоспособности на рынке труда.

Эмпирической базой исследования стали положения Национального проекта РФ «Наука и университеты», Национальной доктрины образования в РФ (на период с 2000 по 2025 гг.), материалы ряда международных и всероссийских конференций и форумов, анализ российского и зарубежного образовательного опыта, результаты опроса выпускников, мониторинг мнения экспертов-работодателей, педагогический опыт автора.

Обзор литературы

Анализ литературных источников проводился с использованием отечественных и международных баз данных: Scopus, WoS, Google Scholar и РИНЦ. Изучение образовательных технологий в высшей школе показало, что в последнее время форсайтом (foresight) активно занимаются не только в разных сферах деятельности, но и в системе высшего образования [1–6].

Так А. Koponiuk и соавторами утверждает, что форсайт необходим для построения карьеры [7]. А. Hines и Р. Bishop разработали руководство по форсайту и этапы стратегического предвидения: формирование, сканирование, прогнозирование, видение, планирование и действие, способствующие успешному исследованию будущего [8]. М.В. Бойкова и М.Г. Салазкин считают, что форсайт помогает «сформировать у молодого специалиста или студента особую компетенцию построения перспективных прогностических моделей собственного карьерного роста, а освоение в университете такой технологии чрезвычайно перспективно, поскольку она обладает высоким образовательным потенциалом» [3, с. 64]. А.А. Димитрюк определяет форсайт как «площадку прогнозирования и формирования перспективных направлений обучения, которые, выстраивая горизонтальные связи с субъектами инновационной среды, реализуют сквозное и системное управление» профессиональной деятельностью [9, с. 451]. Y. Kishita и R. Popper в своих трудах уделяют внимание возможным инструментам прогнозирования, разработке сценариев и дорожных карт [10; 11].

Имиджелогическая компетенция определяется как «интегративная характеристика знаний, умений, навыков, личностных качеств, имиджелогического опыта» [12, с. 68]. Антиципационная (anticipatio — предвосхищение) компетенция — способность предвидеть развитие событий, явлений, результатов действий [13]. Форсайт-компетенцию в контексте самоимиджирования мы рассматриваем как комплексный конструкт, синтезирующий личностно-профессиональные качества, способность и готовность к моделированию и проектированию имиджа, прогнозированию профессиональной карьеры, основанную на диагностической, рефлексивной, проектной деятельности и направленную на повышение конкурентоспособности специалиста на рынке труда [2].

Имидж-форсайт понимается как «процесс прогнозирования, проектирования будущего, планирования мероприятий по совершенствованию профессионального имиджа, созданию личного бренда, конструированию карьеры с целью повышения конкурентоспособности на рынке труда» [2, с. 16]. «Под образовательной технологией имидж-форсайта автор понимает концептуально обоснованную обучающую технологию, которая представляет собой систему целеполагания, комплекс принципов, насыщение образовательной среды совокупностью методов и средств, нацеленных на экспертный анализ текущих достижений студента, молодого специалиста и вообще любого, кто стремится к профессиональному или общему самосовершенствованию, разработку по результатам анализа

обоснованной программы / дорожной карты профессионального имиджа и возможного карьерного или личностного роста. Смысл ее состоит в том, чтобы сформировать у будущего специалиста имиджологическую, антиципационную (прогностическую) и форсайт-компетенции, необходимые ему в построении перспективных прогностических моделей собственного карьерного роста» [2, с. 17]. Это процесс профессионального самопроектирования, управления картой времени и возможность заглянуть за горизонт, разработать схему своего будущего. Несмотря на то, что это личный форсайт-проект, в результате которого формируется дорожная карта, форсайт все же зависит от той деятельности, которую будущий специалист осуществляет сегодня. Поэтому необходимо в высшей школе обучить будущих специалистов этой технологии.

Методология и методы исследования

В основе исследования лежит интегративно-компетентностная парадигма, базирующаяся на предположение о том, что имиджологическое образование будущих специалистов, интегрирующее междисциплинарные знания, формирует имиджологическую, антиципационную (прогностическую) и форсайт-компетенции, готовя конкурентоспособного специалиста, умеющего стратегически мыслить и проектировать свой имидж, карьеру и будущее.

Использовались общенаучные и частнонаучные методы исследования: аналитический обзор литературных источников, сравнительный анализ, синтез, обобщение, опрос выпускников, мониторинг мнения экспертов-работодателей, верификация модели.

Выборка состояла из 36 выпускников Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ) и 15 экспертов-работодателей PR и HR-отделов с предприятий: ООО «Газпром Энергохолдинг индустриальные активы», ООО «Газпром переработка», АО «Балтийский завод», ООО «Пивоваренная компания Балтика», ООО «Лента».

Для выпускников был составлен опросник из 6 вопросов:

1. Нужно ли целенаправленно формировать позитивный имидж в профессиональной деятельности?
2. Необходимо ли целенаправленно заниматься самомаркетингом и персональным брендом?
3. Возможно ли в современное время заниматься проектированием и прогнозированием будущего и карьеры?
4. Влияют ли имиджологическая, антиципационная (прогностическая) и форсайт-компетенции на конкурентоспособность специалиста в период трудоустройства?
5. Влияет ли уровень имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетентности на уверенность специалиста на рынке труда?
6. Обучались ли Вы в вузе имиджмейкингу и форсайту?

Алгоритм исследования состоял из четырех этапов с 2021 по 2023 гг. На первом этапе был проведен теоретический анализ отечественных и зарубежных источников в МБД Scopus, Web of Science, Google Scholar, РИНЦ с глубиной поиска по источникам информации за последние годы в проблемном поле инноваций в образовании, проектирования имиджа и форсайта с учетом нормативных документов, а также был организован сбор эмпирических данных. На втором этапе была разработана методология исследования и усовершенствована

авторская технология образовательного имидж-форсайта, проведен мониторинг мнения экспертов-работодателей о качестве подготовки конкурентоспособных специалистов. На третьем этапе эта технология прошла верификацию с целью проверки ее эффективности и выявления уровня сформированности имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетенций выпускников, а также апробацию. На четвертом этапе были подведены итоги исследования и написан текст статьи.

Результаты исследования и обсуждение

Мониторинг мнения экспертов-работодателей о качестве подготовки выпускников проводился в течение 2021 г. в режиме личных бесед. Руководители и специалисты PR и HR-отделов таких предприятий как ООО «Газпром Энергохолдинг индустриальные активы», ООО «Газпром переработка», АО «Балтийский завод», ООО «Пивоваренная компания Балтика», ООО «Лента» делились впечатлениями о сформированных компетенциях молодых специалистов, отмечая их неуверенность, не умение представить себя и создать нужный имидж, низкий уровень проектирования, стратегического и форсайт-мышления и других soft skills, необходимых на современном рынке труда. Итоги мониторинга мнения экспертов-работодателей свидетельствуют о необходимости целенаправленного формирования в высшей школе имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетенций, что и является целью образовательной технологии имидж-форсайта и повышает конкурентоспособность молодых специалистов на рынке трудовых ресурсов.

Усовершенствование ранее разработанной технологии имидж-форсайта [2] состоит в обогащении ее системой принципов и новыми дидактическими методами с учетом внедрения phygital-технологии как инструмента формирования эффективной коммуникации. Под phygital-технологии понимается «коммуникации, в наибольшей степени отражающие особенности, интересы и предпочтения поколения Z» [14, с. 161], сочетание цифровых и физических методов педагогической коммуникации. Фундаментом технологии является система основных и специфических принципов. К основным принципам мы отнесли принцип системности и положительной мотивации, а к специфическим — принципы информационного (алгоритмичности, межпредметной интеграции, рефлексии) и дидактического наполнения (технологичности, компетентностной направленности, практико-ориентированной направленности).

Основные принципы:

1. Принцип системности означает подход к диагностике, проектированию, реализации, мониторингу и дальнейшему прогнозированию профессионального будущего в процессе обучения как к системному процессу.
2. Принцип положительной мотивации заключается в стимулировании внутренних мотивов обучения имидж-форсайту: интересов, потребностей, стремления к познанию, увлеченности процессом и результатом обучения.

Специфические принципы.

1. Принципы информационного наполнения:

- принцип алгоритмичности заключается в том, что процесс формирования и прогнозирования профессионального будущего реализуется поэтапно от диагностики, проектирования, позиционирования к моделированию, созданию и коррекции профессионального имиджа через единство внешних и внутренних компонентов этого феномена;

- принцип межпредметной интеграции предполагает усвоение содержания образования во взаимосвязи с блоком культурологических и гуманитарных дисциплин;
- принцип рефлексии заключается в проявлении способности осознавать, оценивать самого себя, свои формы и способы самопроявления, саморегуляции, самоорганизации, самоменеджмента.

2. Принципы дидактического наполнения:

- принцип технологичности предполагает разработку и внедрение образовательной технологии имидж-форсайта, включающей ряд методов, приоритетных для прогнозирования профессионального имиджа специалиста: практико-ориентированные, игровые, тренинговые, проектные, цифровые и др.;
- принцип компетентностной направленности образования позволяет определить необходимость развития у обучающихся имиджелогической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетенций, являющихся обобщением знаний, умений, навыков и опыта в самомаркетинге, самопрезентации, самобрендинге, имиджбилдинге, антиципации, что повышает конкурентоспособность будущих специалистов при трудоустройстве;
- принцип практико-ориентированной направленности позволяет формировать у обучающихся не только конкретные профессиональные знания, но и развивает практические умения и навыки, способствующие управлению картой времени и созданию схемы своего будущего [15].

Развитие профессиональных компетенций будущих специалистов в процессе реализации образовательной технологии имидж-форсайта предполагает применение комплекса интерактивных методов и средств обучения, таких как:

- тренинги по формированию навыков: «Self-marketing и self-branding», «Самопрезентация», «Уверенность как фактор конкурентоспособности специалиста», «Современные технология поиска работы», «Имиджбилдинг на рынке труда»;
- форсайт-лаборатория по стратегическому планированию своего будущего;
- экспертная панель с участием высококвалифицированных специалистов-практиков и обсуждение разных точек зрения на релевантный опыт и конкурентоспособного специалиста на рынке труда;
- SWOT-анализ личности и карьеры, брейнсторм (Brain Storming Technology) на тему «Hard skills и soft skills», интенсивный поиск решения в ракурсе поиска работы и трудоустройства;
- деловые, ролевые, интеллектуальные игры, викторины, квизы и др.

Выпускники вуза, участвовавшие в опросе, определили высокую степень значимости имиджелогической компетентности, форсайта, необходимых для их трудоустройства и профессиональной деятельности; необходимость проектирования профессионального бренд-имиджа и карьеры. Почти все опрошенные указали на необходимость введения в вузы специального курса или семинара по имиджмейкингу и форсайту, а также важность практических занятий по теме (табл. 1).

Таблица 1

Результаты опроса выпускников

№	Вопрос	Да	Нет
1	Нужно ли целенаправленно формировать позитивный имидж в профессиональной деятельности?	30	6
2	Необходимо ли целенаправленно заниматься самомаркетингом и персональным брендом?	18	18
3	Возможно ли в современное время заниматься проектированием и прогнозированием будущего и карьеры?	19	17
4	Влияют ли имиджологическая, антиципационная (прогностическая) и форсайт-компетенции на конкурентоспособность специалиста в период трудоустройства?	32	4
5	Влияет ли уровень имиджологической, антиципационной (прогностической) и форсайт-компетентности на уверенность специалиста на рынке труда?	32	4
6	Обучались ли Вы в вузе имиджмейкингу и форсайту?	17	19

Составлено автором

Выпускники, прошедшие имиджологическую подготовку и обучение технологии имидж-форсайта, отметили повышенный уровень уверенного поведения и приобретенной культуры конкурентных отношений на рынке труда, более успешное трудоустройство. Не прошедшие специального обучения выпускники отметили трудности в устройстве на работу (рис. 1).



Рисунок 1. Зависимость трудоустройства выпускников вуза от технологии образовательного имидж-форсайта (рисунок автора)

Благодаря этой технологии наблюдалась положительная динамика у выпускников вузов в процессе трудоустройства — 61 % молодых специалистов успешно прошли собеседование и были приняты на работу. Практика подтверждает эффективность технологии имидж-форсайта как стратегической технологии, т. к. она помогает прогнозировать ожидаемые результаты на перспективу, рассчитывать возможности и планировать деятельность для достижения долгосрочного и устойчивого успеха в профессиональной сфере.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что у обучающихся есть осознание необходимости проектирования будущего, потребность в самопроектировании имиджа и профессиональной карьеры очень высока.

Поставленная автором цель — представить результаты усовершенствованной автором образовательной технологии имидж-форсайта как инновационный формат работы с будущими специалистами для укрепления их конкурентоспособности на рынке труда — достигнута.

Аналитический обзор отечественных и зарубежных источников в проблемном поле исследования показал большой интерес ученых и общественности к проектированию имиджа, бренда и карьеры, образовательному форсайту. Эта тематика является сравнительно новой для большинства обучающихся, молодых специалистов и преподавателей.

Разработанная и усовершенствованная автором образовательная технология имидж-форсайта предполагает комплекс интерактивных методов, инструментов и поэтапный процесс обучения от диагностики, моделирования, конструирования к прогнозированию и проектированию индивидуального, профессионального имиджа и будущей карьеры.

Результаты проведенного исследования могут быть полезны для развития представлений об имиджологическом образовании, совершенствования дидактических методов в имиджбилдинге, формировании персонального бренда, форсайтинге. Разработанная технология имидж-форсайта может быть использована в подготовке специалистов разного профиля в качестве одного из возможных ресурсов повышения качества образования. Материалы исследования могут быть применены преподавателями вузов, руководителями образовательных систем при организации учебного процесса, а также специалистами-практиками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новопашина Л.А., Григорьева Е.Г., Кузина Д.В. Форсайт профессиональных затруднений учителей // Образование и наука. 2022. Т. 24. № 6. С. 60–83. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forsayt-professionalnyh-zatrudneniy-uchiteley> (дата обращения: 11.06.2023).
2. Семенова Л.М., Качан В.Я. Функции технологии образовательного имидж-форсайта в моделировании конкурентоспособности выпускников вуза на рынке труда // Образование и наука. 2021. Т. 23. № 9. С. 11–45. [Электрон. ресурс] URL: <https://www.edscience.ru/jour/article/view/2457> (дата обращения: 25.06.2023).
3. Бойкова М.В., Салазкин М.Г. Форсайт в Германии // Форсайт. 2008. № 1(5). С. 60–69. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forsayt-v-germanii> (дата обращения: 07.05.2023).
4. Горелова Г.Г., Плешков Е.С., Шибанова Е.К. Компетентностный подход в формировании самостоятельности студентов на основе форсайт проектирования // Ученые записки университета Лесгафта. 2016. № 4(134). С. 55–60. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompetentnostnyy-podhod-v-formirovanii-samostoyatelnosti-studentov-na-osnove-forsayt-proektirovaniya> (дата обращения: 09.02.2021).
5. Ежова Т.В., Петров В.Н., Апанасенок А.В., Петров А.В. Использование методологии форсайта для построения цели образовательной программы в компетентностно-ориентированной образовательной системе // Образовательные технологии и общество. 2016. Т. 19. № 3. С. 492–510.
6. Якубовская Т.В. Современная форсайт-грамотность как инструмент командного развития // Университетское управление: практика и анализ. 2018. Т. 22. № 2. С. 45–55.
7. Kononiuk A., Pająk A., Gudanowska A.E., Magruk A., Rollnik-Sadowska E., Kozłowska J., Sacio-Szymańska A. (2020) Foresight for Career Development // Foresight and STI Governance. Vol. 14, № 2: 88–104.

8. Hines A., Bishop P. (2007) Thinking about the future: Guidelines for Strategic Foresight. *Social technologies*: 253.
9. Димитрюк А.А. Развитие стратегического мышления управленца посредством технологии форсайтинга // *Экономика и социум*. 2013. № 4-1(9). С. 451–456. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-strategicheskogo-myshleniya-upravlentsya-posredstvom-tehnologii-forsayinga> (дата обращения: 11.06.2023).
10. Kishita Y. (2021) Foresight and Roadmapping Methodology: Trends and Outlook // *Foresight and STI Governance*. № 15(2): 5–11.
11. Popper R. (2007) Methodology: Common Foresight Practices & Tools // In: Georghiou L., et al. *International Handbook on Foresight and Science Policy: Theory and Practice*. Edward Elgar: 123–144.
12. Семенова Л.М. Терминосистема проблемы формирования имиджевой культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью // *Вестник культуры и искусств*. — 2017. — № 1(49). — С. 65–71.
13. Солобутина М.М. Антиципационная состоятельность в структуре профессиональной компетентности // *Вестник ТГГПУ*. 2009. № 17–18. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antitsipatsionnaya-sostoyatelnost-v-strukture-professionalnoy-kompetentnosti> (дата обращения: 24.06.2023).
14. Мелехова А.С. Phygital-технологии как инструмент формирования эффективной коммуникации с современным потребителем // *Вестник РЭА имени Г.В. Плеханова*. 2020. № 2(110). С. 158–167. [Электрон. ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/phygital-tehnologii-kak-instrument-formirovaniya-effektivnoy-kommunikatsii-s-sovremennym-potrebitelem> (дата обращения: 25.06.2023).
15. Плотникова О.А., Семенова Л.М. Принципы и компоненты системы ресурсного обеспечения подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» // *Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал*. СПб. 2012. [Электрон. ресурс] URL: <http://www.emissia.org/offline/2012/1897.htm> (дата обращения: 25.06.2023).

Semenova Lidiia Mihajlovna

Saint-Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

E-mail: lidia_sem@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6117-3093>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=665587

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Semenova_Lidiia

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAA-8455-2022>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57214838872>

Google Академия: <https://scholar.google.ru/citations?user=0bNP9QkAAAAJ>

Image foresight of a future specialist as a predictor of his competitiveness

Abstract. Introduction. The article addresses the issues of verification of the innovative technology of educational image foresight as an important factor in preparing competitive specialists for the labor market. The article substantiates the effectiveness of the innovative format of image foresight work with future specialists at the university as a predictor of their competitiveness in the labor market.

The purpose of the article is to present the results of the image foresight educational technology improved by the author as an innovative format for working with future specialists to strengthen their competitiveness in the labor market.

Methodology and methods. The study implements an integrative-competence-based approach that allows the integration of interdisciplinary knowledge and contributes to the formation of imageological, anticipatory (prognostic) and foresight competencies. Research methods: analytical review of literary sources, method of comparative analysis, synthesis, generalization, survey of graduates, monitoring the opinions of expert employers, technology verification.

Research results. The improved educational technology of image foresight, developed by the author earlier, is an addition to its system of principles and new teaching methods, taking into account the introduction of phygital technology as a tool for forming effective communication. The effectiveness of the image foresight technology is confirmed by the feedback from graduates who have been trained in this technology. Monitoring the opinions of experts-employers indicates the need for purposeful formation of imageological, anticipatory (prognostic) and foresight competencies in higher education.

The novelty of the work lies in the innovative educational technology of image foresight, which helps to increase the competitiveness of future specialists.

The practical significance lies in the results of the study, which can be useful in the training of specialists in various fields. The research materials can be applied by future specialists and university teachers, heads of educational systems in the organization of the educational process, as well as practitioners.

Keywords: image science education; professional image; image foresight; image science competence; anticipatory (prognostic) and foresight competencies; competitiveness