

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ  
ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКА ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

(статья опубликована: Терентьева Е.В. Профессиональные компетенции в процессе подготовки выпускника по направлению «Реклама и связи с общественностью». // Профессионализация в условиях современной системы инновационного образования. Материалы международной научно-практической конференции. ИСЭПиМ, 25 марта 2011 г. Под ред. В.П. Делия.– Балашиха, Изд-во «Де-По», 2011. – С. 131-134).

Быстро меняющаяся социальная среда порождает новые требования к системе высшего профессионального образования, качеству и содержанию получаемого образования. Работодатели, критикуя систему современного образования, считают, что, выпускники вузов в настоящее время владеют фундаментальными знаниями в профессии и способностью осуществлять исследовательскую деятельность, но не готовы к выполнению профессиональных обязанностей, эффективным действиям в конкретной профессиональной ситуации. Предоставление образовательной услуги осложняется непрерывно возрастающими требованиями к уровню подготовки выпускников, все более обостряемой проблемой их трудоустройства, все более ощутимой конкуренцией среди вузов. Работодатель требует сегодня полностью готового специалиста, обладающего достаточным уровнем компетенции и способного быстро адаптироваться к постоянно меняющимся современным требованиям [1].

Одними из направлений развития и модернизации отечественного и зарубежного профессионального образования являются личностно и практико-ориентированный подходы, направленные на формирование личностной компетенции специалиста. Компетентность — это интегративное знание своих собственных ресурсов, мобилизуемых специалистом для того, чтобы управлять новыми ситуациями, с которыми он сталкивается в профессиональной деятельности.

Таким образом, компетенции развиваются в действии, на границе между индивидуальным потенциалом и организаторскими навыками. В образовательных учреждениях нужно создать условия обучения студентов для приобретения такого рода свойств.

Для обучения творческому умению применять знания на практике необходимо вовлечь студента в деятельность, которая была бы адекватной природе формируемого качества компетентности.

В связи с объединением двух специальностей «Реклама» и «Связи с общественностью» в одну – «Реклама и связи с общественностью», обнаруживается много дискуссионных и нерешенных проблем в области

разработки моделей и содержания профессиональной подготовки таких специалистов. Учитывая, что многие вузы реализовывали только одну специальность, «Реклама» или «Связи с общественностью» оказались в сложной ситуации, т.к. организация учебного процесса требует создание новых лабораторий и высококвалифицированных кадров, а также специально разработанных образовательных технологий для формирования и развития профессиональных компетенций.

Чтобы определить, какие профессиональные компетенции необходимо формировать в процессе подготовки выпускников по рекламе и связям с общественностью, Российская Ассоциация по Связям с Общественностью и НОУ ВПО Институт международных связей провели экспертный опрос потенциальных работодателей, профессионалов в сфере СО и рекламы, а также представителей системы образования по данному направлению.

Результаты исследования показали, что наиболее востребованной компетенцией во всех сферах занятости является проектная деятельность и написание текстов, наименее востребованной – знание ПК и иностранного языка. В сфере бизнеса, образования и государственном секторе конкурентными считаются компетенции написания текстов, знания основ проектной деятельности, способность к комплексному анализу и принятию решений с учетом рисков. В некоммерческом секторе доминирующим является знание основ проектной деятельности, в международных организациях – умение составлять тексты [2].

Компетенции широкого спектра использования, обладающие определенной универсальностью, получили название ключевых. Одни и те же ключевые компетенции обеспечивают продуктивность различных видов деятельности.

Именно компетенции являются областью согласования интересов работодателей и вузов.

Описание ключевых компетенций – непростая задача, но ее решение позволит создать единый язык для описания академических и профессиональных профилей и уровней высшего образования.

Так, ключевыми компетенциями в процессе подготовки выпускников по направлению «Реклама и связи с общественностью» являются: написание документов, проектирование, личные качества, знание ПК, принятие решений [2].

Представленные профессиональные компетенции нашли отражение в ГОС ВПО 3-го поколения.

Для формирования профессиональных компетенций в процессе подготовки выпускников по направлению «Реклама и связи с общественностью» необходимо:

1. Тесное взаимодействие теории и практики. Разработанные вузом модели профессионального образования должны согласовываться с работодателями, это позволит, с одной стороны, работодателям четко

формулировать требования к своим работникам; а вузы, с другой стороны, смогут готовить специалистов, востребованных в профессиональной сфере.

2. Создать профессионально-образовательную среду для всестороннего развития личности. Реализуя образовательную деятельность в области рекламы и связей с общественностью, Институт социально-экономического прогнозирования и моделирования накопил опыт в организации развивающей среды. Так, студенты с первого курса, постигая азы культуры умственного труда, приобщаются к научно-исследовательской работе, приобретая следующие навыки: поиск, отбор, систематизация и анализ информации, работа с научной литературой, презентация мероприятия.

Полученный опыт студенты реализуют ежегодным участием в общероссийских профессиональных конкурсах, которые позволяют проявить творческий потенциал в решении конкретной профессиональной задачи. Получение теоретических знаний параллельно с реализацией практической деятельности благотворно сказывается на усвоении учебного материала.

Студенты активно участвуют в подготовке, организации и проведении студенческих конференций, приобретая опыт ведения переговоров с различными целевыми аудиториями и совершенствуясь в составлении рабочих PR-документов, в подготовке планов мероприятий, рекламной продукции.

Выпуская ежемесячную студенческую газету, студенты отрабатывают навыки журналистской деятельности.

3. Развивать электронное обучение для организации самостоятельной работы студентов.

4. Усилить ответственность организаций, представляющих места для прохождения практики студентов.

Таким образом, компетентностный подход является сегодня инновационным процессом в образовании, который связан с переходом на систему компетентностей в конструировании содержания образования и систем контроля его качества.

Литература:

1. Некрасов С.Д. Оценка качества профессионального образования специалиста//Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 1. – С.43.

2. Выделение ключевых компетенций в процессе подготовки выпускника по направлению «Связи с общественностью и реклама»: результаты социологического исследования. Режим доступа: <http://www.raso.ru>.