На правах рукописи

**ПЛУЖЕНСКАЯ Любовь Витальевна**

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ**

**СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ПРАКТИКИ**

**(на примере специальности «Реклама» и**

**направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»)**

13.00.08 – теория и методика профессионального образования

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата педагогических наук

Ярославль 2014

Работа выполнена на кафедре теории коммуникации и рекламы ФГБОУ ВПО

«Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д.Ушинского»

|  |  |
| --- | --- |
| Научный руководитель | **Антонова Любовь Геннадьевна,**доктор педагогических наук, профессор,заведующая кафедрой теории и практикикоммуникации ФГБОУ ВПО«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова» |
| Официальные оппоненты: | **Бурлакова Татьяна Вячеславовна,**доктор педагогических наук, доцент,профессоркафедры математики, физики и методики обучения Шуйского филиала ФГБОУ ВПО "Ивановский государственный университет" |
|  | **Пятницына Наталья Львовна,**кандидат педагогических наук, директормуниципального образовательного учреждения средней общеобразовательной школы № 5 г. Углича Ярославской области |
| Ведущая организация: | ФГБОУ ВПО «Московский городской педагогический университет» |

Защита диссертации состоится «30» июня 2014 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.307.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук при ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского» по адресу: 150000, г.Ярославль, ул.Республиканская, д.108, ауд. 210.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского» по адресу: 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, д.108, а также на сайте http ://yspu.org.

Отзывы об автореферате направлять по адресу: 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, д.108.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 2014 года.

Ученый секретарь

диссертационного совета С. Л. Паладьев

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

Стремительно развивающиеся экономика и инновационные технологии трансформируют традиционные формы трудовой занятости в новую систему гибких, многообразных взаимоотношений субъектов рынка труда. Вместе с тем растет ненадежность рабочих мест, все больше сотрудников связаны с краткосрочными проектами и временными коллективами, где вместо умения работника выполнять задания становится востребованной его способность решать проблемы. Для того, кто ищет работу, это означает, что он должен стать универсальным работником, обладающим разносторонними способностями, основанными на осмыслении собственного практического опыта и обеспечивающими успешное разрешение ситуаций неопределенности в профессиональной деятельности, а также личностью, самостоятельно и осознанно осуществляющей свое профессиональное развитие и профессиональный рост. Формирование этих новых качеств личности выпускников вузов – компетенций – не связаны жестко с той или иной дисциплиной, они отличаются универсальностью и носят надпредметныймеждисциплинарный характер.

Проблемы компетентностно-ориентированного образования раскрываются в трудах

В.И. Байденко, Т.М. Балыхиной, А.А. Вербицкого, Б.С. Гершунского, Э.Ф. Зеера, И.А.Зимней, В.А. Новикова, Дж. Равена, Н.Ю. Русовой, А.П. Тряпицыной, А.В. Хуторского и др.. Методология компетентностно-ориентированного образования однозначно указывает на ее соответствие и преемственность методологии современной отечественной педагогики. Рассматривая образовательную деятельность как социокультурный процесс, современная российская педагогическая школа уверенно демонстрирует наработанный в этом направлении научный потенциал, который раскрывается в идеях гуманизации и гуманитаризациипрофессионального образования (Е.В. Бондаревская, А.П. Панфилова, Т.Т. Черкашина и др.), его культуросообразности (Л.Г. Антонова, С.И. Гессен, Т.С. Злотникова, А.Ж. Кусжанова, В.А. Ясвин и другие); технологизации (Г.Б. Корнетов, В.А.Сластенин, А.П. Чернявская, В.В. Юдин и другие); развитии профессионального образования (Л.М. Митина, Ю.П. Поваренков, Н.С.Пряжников, М.В. Ромм, В.Д. Шадриков, Л.Б. Шнейдер и другие); личностно-ориентированного (В.М. Басова, В.В. Сериков, И.С. Якиманская и другие) и деятельностногоподходов (Л.В. Байбородова,В.Н.Белкина, А.В. Карпов, А.Л.Уманский и другие). Понимание педагогами-исследователями современного профессионального образования как способа развития у студентов способности ориентироваться в мире научных теорий и высоких технологий, профессиональных ценностей и личностной мотивации, конструировать свою индивидуальную траекторию профессионального развития и профессионального роста позволяет позиционировать образование как социокультурный процесс. Таким образом, организационный механизм компетентностного подхода становится ключевым условием реализации проектов гуманизации и гуманитаризациии профессионального образования.

В общем теоретическом смысле решение проблемы формирования у учащихся профессиональных компетентностей тесно связано с выявлением условий организации практики, обладающей широкими возможностями для освоения студентами опыта взаимодействия с профессиональной культурной средой, опосредованного в социальном партнерстве как типе трудовых отношений с работодателем. Именно производственно-технологическое социокультурное пространство организаций-субъектов рекламного рынка позволяет будущим профессионалам–рекламистам приобрести рефлексивные умения активного взаимодействия с представителями профессионального сообщества; овладеть навыками оперативного планирования и организации их профессиональной деятельности, детерминированной в деятельности корпорации. Реализованные таким образом принципы социального партнерства обеспечивают обучающимся их профессиональное развитие и профессиональный рост.

Это обстоятельство позиционирует практику в общем процессе профессионального обучения как существенный системообразующий компонент, способствующий овладению студентами профессиональной компетентностью и позволяющий контролировать процесс обучения. В связи с этим, в управлении образовательной деятельностью становится крайне актуальным решение проблемы формирования профессиональной компетентности студентов и организации образовательного процесса в период практики, а также подготовки студентов к практике. Особенностью дидактического процесса в период практики является реализация условия *целостности* и *единства* показателей овладения студентами профессиональной компетентностьюпо предметно-деятельностным (процессуальным) и субъектно-социальным (личностным) основаниям.

Проблемы организации практики в знаниево-ориентированной образовательной системе традиционно рассматривались дискретно для различных специальностей: инженера (В.П.Захаров, И.В.Кондрина, Г.В.Пинигина и другие), экономиста (Н.И.Гвоздева, А.Р.Маркова и другие), менеджера (А.В.Золотарева, И.А. Игошина, С.Д.Резник и другие), переводчика (М.С. Колесникова, К В. Балеевских), специалиста индустрии сервиса и туризма (В.А. Дегтерев, М.А. Тарасов, Т.Н. Третьякова), социального работника (Е.А.Миронова). Глубокие исследования в этом направлении осуществляются для специальности педагога, результаты которых представлены в работах Л.В. Байбородовой, В.Н. Белкиной, Е.И. Бондаревской, Н.Н. Загрязкиной, И.А.Зимней, А.В. Н.В.Кузьминой, В.К. Розова, В.А.Сластенина, и др..

Анализ научной и методической литературы свидетельствует о том, что проблемы педагогического обеспечения условий перехода студентов от учебной деятельности к трудовой имеют общий характер, независимый от особенностей предмета профессиональной деятельности. Компетентностный подход в системе высшего профессионального образования позиционируется современными исследователями как способ организации учебного процесса, гарантирующий достижение обучающимися образовательного результата, востребованного рынком труда. Однако эмпирические исследования показывают, что проблемы реализации принципов компетентностно-ориентированного образования в современном дидактическом процессе для специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» обозначены, но не решены. Учитывая масштабность деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, ориентированной на управление общественным мнением и формирование массового сознания, отметим особую значимость решения проблемы формирования профессиональной компетентности в период практики для будущих профессионалов в области массовых коммуникаций. Исходя из вышеизложенного, рассмотрение вопросов, связанных с организацией практики, обеспечивающей формирование профессиональной компетентности студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», является крайне **актуальным.** Особую значимость обретают аспекты выявления педагогических условий и средств формирования профессиональной компетентности студента в период практики.

Анализ исследований в области формирования и развития профессиональной компетентности студентов в период практики позволил выявить следующие **противоречия**:

- между актуальностью проблемы формирования профессиональной компетентности у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» и ее неразработанностью в вузовской методике и практике подготовки специалистов по рекламе;

*-* между доминирующей в научной психолого-педагогической литературе темой формирования профессиональных знаний, умений, навыков и личностных качеств учащихся и объективной потребностью целостного описания методики формирования профессиональной компетентности в период практики у обучающихся по специальности «Реклама» и направлению «Реклама и связи с общественностью»;

- между комплексным междисциплинарным характером практики и недостаточной разработанностью комплекса условий, обеспечивающих овладение студентамиспециальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» профессиональной компетентностью в период практики.

Обозначенные противоречия позволили сформулировать **проблему исследования:** какие педагогические условия и средства обеспечивают формирование профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в период практики.

**Цель исследования:** выявить, обосноватьпедагогические условия и средства формирования профессиональной компетентности устудентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики, а также разработать методику организации практики.

**Объектом исследования** являетсяформирование профессиональной компетентностистудентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в период практики, а **предметом –**  педагогические условия, средства и методика организации практики, обеспечивающие формирование профессиональной компетентности будущих профессионалов в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Гипотеза исследования** состоит в предположении, что формирование профессиональной компетентности студентовспециальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики будет эффективным, если

- целевые образовательные установки на всех этапах организации практики учитывают специфику профессиональной деятельности специалистов рекламы, которая проявляется в узкопрофессиональной специализации, в опосредованном социальном партнерстве с заказчиком, в необходимости разрешать ситуации высокой степени неопределённости профессиональных задач;

- процесс формирования профессиональной компетентности студента на этапе подготовки к практике в период теоретического обучения и во время практики предполагает поэтапное освоение студентами опыта деятельности профессионала рекламной отрасли, направлен на активизацию субъектной позиции обучаемого и реализуется в соответствии с принципами контекстного обучения;

- методика организации практики построена на оперативном сопровождении каждого студента со стороны руководителя практики в процессе овладения компетенциями, в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки; четком определении целей и задач каждого вида практики; оперативном планировании студентами своего профессионального развития и роста, обеспеченном графиком выполнения производственных заданий и диагностической картой профессиональной компетентности;

- научно обоснованный комплекс педагогических средств обеспечивает формирование профессиональной компетентности студентовспециальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью», а разработанные контрольно-измерительные материалы используются для мониторинга сформированности профессиональной компетентности у учащихся в процессе практики.

В соответствии с проблемой исследования, его объектом, предметом, поставленной целью и выдвинутой гипотезой нами были сформулированы следующие **задачи:**

1. Раскрыть специфику формирования профессиональной компетентности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с особенностями деятельности специалиста рекламной отрасли.

2. Выявить и обосновать основные педагогические условия и средства, обеспечивающие эффективность формирования профессиональной компетентности устудентов в процессе практики.

3. Разработать и экспериментально апробировать компетентностно-ориентированную методику организации подготовки студентов направления «Реклама и связи с общественностью» к практике и их участия в практике.

4. Разработать методику контроля и оценки образовательного результата практики для направления «Реклама и связи с общественностью» и проверить результативность использования разработанной методики оценки результата.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составляют:

- современные концепции в области методологии, теории и практики профессионального образования (А.Г. Асмолов, В.В. Афанасьев, В.Н. Белкина,Н.В.Бордовская, Л.С. Выготский, Б.С. Гершунский, Е.С. Заир – Бек,В.П.Зинченко,А.А.Дергач, В.А. Доманский, А.В. Карпов, А.П. Панфилова, Ю.П.Поваренков, В.В.Сериков, В.А.Сластенин, В.Д. Шадриков, И.С.Якиманская и другие);

- концепции компетентностно-ориентированного обучения (В.И. Байденко, Т.М.Балыхина, А.А. Вербицкий, Б.С. Гершунский, И.А. Зимняя, Э.Ф. Зеер, Дж. Равен, Ю.Г.Татур, А.П. Тряпицына, .В. Хуторской и так далее);

- методологические подходы к организации социокультурной образовательной среды (Л.Г. Антонова, Г.С. Ачкасова, Ю.К. Бабанский, В.С. Библер, В.А. Доманский,Т.С.Злотникова, А.Ж. Кусжанова, Д.С. Лихачев, Н.С. Розов и другие );

- подходы и принципы измерения образовательного результата (Б. Блум, В.П.Беспалько, Л.С. Выготский, П.Я. Гальперин, В.П. Симонов, В.А. Сластенин, В.В.Давыдов, В.В. Юдин, А.П. Чернявская, и другие);

- психолого – педагогические подходы к управлению практикой студентов (Л.В. Байбородова, В.А. Дегтерев, А.В. Золотарева, М.С.Колесникова, С.Д. Резник, Т.Н.Третьякова, Л.Б.Шнейдер и другие).

Для решения поставленных задач использовались следующие **методы**:*теоретические* - анализ научной литературы, нормативных документов, Государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования второго и третьего поколений, программ практики, анализ опыта профессиональной деятельности, сравнительный анализ, сопоставление, моделирование, анализ, синтез и обобщение результатов исследования;*эмпирические* - опытная работа, наблюдение, беседа, опрос (анкетирование и интервьюирование), тестирование, дискуссии, изучение и анализ продуктов образовательной деятельности студентов в период практики (тестов, эссе, анкет, отчетов, резюме, портфолио, творческих работ), экспертная оценка.

**Базой исследования** являлись дневное отделение специальности «Реклама» факультета русской филологии и культуры Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д.Ушинского, 56 предприятий рекламной индустрии. В работе приняли участие 264 студента, обучающихся в Ярославском государственном педагогическом университете им. К.Д. Ушинского по специальности «Реклама» и направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

**Основные этапы исследования:**

*I этап*(2005 – 2007 гг.) – изучение практического опыта в сфере организации высшего профессионального образования специалистов по рекламе и связям с общественностью, изучение научной литературы и нормативных документов по избранной теме, формулирование проблемы, цели, рабочей гипотезы и задач исследования, организация и проведение исследования с целью выявления основных проблем профессиональной подготовки студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» и организации практики, анализ полученных результатов, выявление несоответствий в организации профессионального обучения в период практики, формирование концептуальных подходов к организации практики и разработке процесса подготовки студентов к практике.

*II этап* (2008 – 2011 гг.) – разработка программ подготовки студентов специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» к практике и организации практики, разработка учебно-методического комплекса по практике, проведение опытной работы и проверки гипотезы исследования, а также апробация научно-методического обеспечения процесса обучения в периодпрактики.

*III этап* (2010 – 2013 гг.) – систематизация, обобщение и оценка результатов исследования; уточнение основных теоретических положений; формулировка выводов, обработка данных; процесс внедрения программ практики.

**Научная новизна исследования:**

- обосновано и конкретизировано содержание понятия формирования профессиональной компетентности в период практики как деятельности по организации образовательного взаимодействия субъектов учебного процесса в период практики, в которой преподаватель-руководитель практики от кафедры планирует и сопровождает процесс овладения студентами компетенциями, в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами по специальности или направлению подготовки, обеспечивая условия профессионального развития и роста личности учащегося, грамотно и эффективно используя научно обоснованный комплекс средств, а студенты приобретают опыт социального и культурного взаимодействия в трудовой деятельности иоперативного управлениясвоим профессиональным развитием и ростом; участвуют на правах социального партнерства с работодателем впланировании и управлении развитием организации в направлении своей профессиональной деятельности;

- уточнено и структурировано содержание профессиональной компетентности для студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью», которая предполагает индивидуальное управление профессиональным развитием и ростом в направлении своей профессиональной деятельности, участие на правах социального партнерства с работодателем в социальном и культурном взаимодействии в трудовой сфере;

- разработаны организационные основы поэтапного освоение студентами опыта позиционирования себя как личности профессионала и проектирование своего профессионального развития и роста в рамках социального партнерства в трудовой сфере и интеграции в корпоративную и профессиональную культуру;

-разработан научно обоснованный комплекс педагогических средств, обеспечивающих формирование профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики: учебные планы и программы лекционно-практических занятий, семинаров по подготовке к практике, тематически ориентированных на решение профессионально-образовательных ситуаций неопределенности, актуальных и значимых для студентов, которые содержательно обеспечивают активизацию субъектной позиции учащихся и сопровождаются созданием коллективного и индивидуального продуктов профессиональной деятельности.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в следующем:

- теоретико-методологические основы профессиональной подготовки в высшем профессиональном образовании по специальности «Реклама» и направлению «Реклама и связи с общественностью» дополнены описаниемусловий процесса формирования профессиональной компетентности в период практики, в качестве которых обозначены: активная субъектная позиция учащегося; получение учащимся опыта в реализации планов своего профессионального развития и роста, опосредованных социальным партнерством в трудовой сфере; целостность и сбалансированность образовательных целевых установок в период практики;

- расширено представление о роли практики как существенном компоненте в формировании профессиональной компетентности студента специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью», обеспечивающем обучаемым развитие умений глубокого понимания существа выполняемых задач и разрешаемых проблем; умений выбирать средства и способы действия, адекватные конкретным обстоятельствам места и времени; способности овладевать профессиональными знаниями, умениями решать поставленные задачи и разрешать ситуации неопределенности в будущей профессиональной деятельности;

 - обоснованыпедагогические цели образовательного процесса в период практики и методика образовательного взаимодействияпреподавателя-руководителя практики и студентов в период подготовки к практике;

- охарактеризованы методические основания организации подготовки студентовспециальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» к практике и реализации компетентностного подхода в процессе практике;

- определены основания для структурирования компетенций, формирующихся в период практики, которые заявлены Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что:

- разработанное научно обоснованное методическое обеспечение процесса формирования профессиональной компетентности студентов в период практики апробировано в образовательном процессе направления «Реклама и связи с общественностью» и специальности «Реклама»;

- представленные автором учебно-методический комплекс по практике, программы подготовки студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» к практике и ее прохождения, методические рекомендации и комплексы упражнений по подготовке студентов к практике и их педагогическое сопровождение в ходе практики, контрольно-измерительные материалы оценки овладения студентами профессиональной компетентностью в период практики являются прагматической основой для совершенствования учебного процесса профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью» и обучения студентов приемам и способам социального партнерства как средства профессионального развития и роста;

 - подготовлены контрольно-измерительные материалыдля систематического контроля сформированности профессиональной компетентности у студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики;

 Результаты диссертационного исследования могут быть использованы в организации учебного процесса в период практики в системе высшего профессионально образования и дополнительного профессионального образования, индивидуальном консультировании по профессиональному развитию и профессиональному росту студентовспециальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», в профессиональном самоменеджменте специалистов по рекламе и связям с общественностью.

**Личный вклад авторав исследование**состоит в обосновании и описании педагогических условий и средств формирования профессиональной компетентности в процессе практики; в разработке методики, обеспечивающей формирование профессиональной компетентности студентов направления «Реклама и связи с общественностью» в период практики; в подготовке дидактической базы, проведении опытно-экспериментального обучения для овладения учащимися профессиональной компетентностью в период практики, что необходимо для успешной профессиональной деятельности выпускника направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и специальности «Реклама»; в проверке эффективности данной работы; в личном участии в опытно-экспериментальном обучении.

**Достоверность, обоснованность выводов и результатов исследования** обеспечиваются непротиворечивостью научно-методологической базы исследования, всесторонним анализом состояния и определением перспектив использования компетентностного подхода к организации образовательного процесса в высшей профессиональной школе; систематическим изучением опыта формирования профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в период практики; обоснованием и описанием педагогических условий и средств формирования профессиональной компетентности в процессе практики и успешной апробацией педагогического обеспечения организации практики студентов специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» .

**На защиту выносятся следующие положения:**

1.Спецификой формирования профессиональной компетентности студентов направления «Реклама и связи с общественностью» в период практики является приобретение учащимися узкопрофессиональной специализации (менеджер, маркетолог, копирайтер, дизайнер); деловое партнерство с заказчиком в социальном и культурном взаимодействии в трудовой сфере; развитие умений решения задач в ситуациях неопределенности.

Выявленные специфические особенности профессиональной подготовки студентов направления «Реклама и связи с общественностью»поэтапно реализуются в каждом виде практики: в учебно-ознакомительной как мотивирующий компонент, в производственно-технологической - как личностно-позиционирующий компонент, в организационно-управленческой - как социально-ориентирующий, в проектной - как профессионально-развивающий компонент.

2. Условиями успешного овладения студентов направления «Реклама и связи с общественностью» профессиональной компетентностью в период практики являются:

- обеспечение целостности и сбалансированности целевых образовательных установок, направленных на освоение студентами умений личностного профессионального развития и роста, а также социального и культурного взаимодействия в трудовой сфере;

- формирование активной субъектной позиции учащегося, которая проявляется в самомотивации к социальному партнерству в трудовой сфере и интеграции в корпоративную и профессиональную культуру предприятий рекламной индустрии; умениях целеполагания своего профессионального развития; совершенствовании и поиске недостающих знаний и умений, проявлении творческих умений студентов принятия решений в ситуациях неопределенности;

- реализация поэтапного освоения студентами узкопрофессиональной специализации, осознание себя как личности профессионала и проектирование своего профессионального развития и роста в рамках социального партнерства в трудовой сфере и интеграции в корпоративную и профессиональную культуру;

 3.Методика организации практики включает:

 - поэтапное планирование и сопровождение со стороны руководителя практики процесса овладения студентами компетенциями в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами по специальности;

- поэтапное оперативное планирование учащимися своего профессионального развития и роста, обеспеченное графиком выполнения производственных заданий и диагностической картой профессиональной компетентности студента;

- четкое определение целей и задач каждого вида и этапа практик:

*на концептуально-целевом этапе* определяются комплекс формируемых компетенций и программы подготовки студентов к практике и ее прохождения;

*на планово-организационном этапе* определяется временной регламент реализации образовательной программы по практике в соответствии с учебным планом и необходимостью решения проблем, которые обозначил констатирующий эксперимент;

*на содержательно-деятельностном этапе* определяются принципы и формы взаимодействия преподавателя-руководителя практики со студентами, а также алгоритмы и формы документов, отражающих ход реализации образовательной программы практики;

на контрольно-диагностическом этапе определяется порядок мониторинга образовательного результата;

4. Комплекс средств, представленный в программе подготовки студентов к практике и организации контроля в период практики, основывается на использовании субъектно-ориентированного типа образовательных технологий; контекстного метода обучения в сочетании с индивидуальным и групповым обучением; традиционных, активных и интерактивных средств обучения; субъект-субъектных отношениях преподавателя-руководителя практики и студентов с использованием приемов диалогизации и полилогизации образовательного взаимодействия, общей мотивации студентов и преподавателя-руководителя практики, направленной на интеграцию студентов направления специальности «Реклама» и «Реклама и связи с общественностью» в профессиональную культуру, опосредованную требованиями социального партнерства. Разработанный комплекс оценочных средств включает дифференцированные учебные задания, выполняемые в период практики, что обеспечивает комплексную диагностику профессиональной компетентности студентов направления «Реклама и связи с общественностью»в балльно-рейтинговой системе оценки и позволяет объективировать самооценку студентов, способствуя осознанию учащимися удовлетворенности своим профессиональным образованием.

**Апробация и внедрение результатов исследования.**

Основные теоретические выводы и положения исследования докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры теории коммуникации и рекламы ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, методическом совете Международного института рекламы, научных конференциях Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского, в том числе международной конференции «Чтения Ушинского», на международной конференции «Человек в информационном пространстве», проблемной конференции ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, посвященной вопросам организации педагогической практики, межрегиональной научно-практической конференции Ивановского государственного университета «Проблемы профессионального образования специалистов по рекламе и связям с общественностью», Пятой всероссийской научно-практической конференции Московского государственного университета экономики статистики и информатики «Маркетинг – стратегия развития бизнеса», научно-практической конференции Московского государственного строительного университета «Научно-техническое творчество молодежи - путь к обществу, основанному на знаниях», IV и V Всероссийских научно-практических конференциях «Системогенез учебной и профессиональной деятельности», на Второй всероссийской научно-практической интернет-конференции «Дополнительное профессиональное образование в условиях модернизации».

Материал методических разработок успешно прошел экспертную оценку на конкурсах инновационных разработок в рамках XIV Московского международного Салона изобретений и инновационных технологий «Архимед», Шестой региональной выставке информационных ресурсов «ITVolga». Кроме того, авторские разработки прошли государственную регистрацию в реестре баз данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам.

С 2008 года исследовательский материал используется при организации учебно-ознакомительной и производственной практик студентов, обучающихся по специальностям 350 700 «Реклама», 031 500.65 «Реклама» и направлению подготовки 032.600 «Реклама и связи с общественностью».

На основе результатов диссертационного исследования разработаны и апробированы учебные деловые игры «Организация выставки “Городской бестселлер”» и «Научно-практическая конференция “Рекламный подиум”», ролевая игра «Организация пресс-тура “Рекламный проспект”», балльно-рейтинговая система оценки результатов практики.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и дополнена 5 приложениями. Текст диссертации изложен на 173 страницах.

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Во введении**обоснована актуальность исследования, сформулированы объект, предмет, цель и задачи; выдвинута гипотеза научного поиска, определены научная новизна, теоретическая и практическая значимость; приведены сведения об апробации и внедрении результатов исследования; изложены положения, выносимые на защиту.

В первой главе– **«Теоретические основы компетентностного подхода к организации практикистудентов специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» -** на основе теоретического анализа философской, педагогической, психологической, культурологической литературы уточнена сущность компетентностного подхода, а также понятий «компетенция» и «компетентность»; раскрыты методологические подходы*,* на основекоторых должен строиться процесс формирования профессиональной компетентности в период практики, определены критерии, характеризующие поэтапное овладение студентамиспециальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» профессиональной компетентностью в период практики*.*

Понимание профессиональной компетентности как сочетания квалификации (знания и умения осуществлять те или иные операции предметно-производственного характера),субъектной позиции личности и социального поведения (способности работать в группе, инициативности)находит отражение в изменении характера отношений между организацией-работодателем и работником, в которых развитие и рост каждого из субъектов становятся взаимозависимыми. Современная система взаимоотношений между работниками (представителями работников), работодателями (представителями работодателей), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленная на обеспечение согласования интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений и иных, непосредственно связанных с ними, отношений, обозначается как с*оциальное партнерство.*

Обеспечить овладение учащимися профессиональной компетенцией в образовательной системе призван компетентностный подход. В основе компетентностного подхода лежит культура профессионального самопозиционирования, профессиональной идентичности: формирование способности самоопределения, самоактуализации, самореализации, самооценки и саморазвития. Развитие у будущих профессионалов способности конструировать собственный образ своей профессиональной деятельности на основе когнитивных умений, интериоризированного социального опыта, навыков ориентации в среде профессиональных и корпоративных ценностей составляют главный смысл современного профессионального образования. Таким образом, мы отмечаем, что условия современного рынка труда актуализируют умения выпускников вузов самостоятельно реализовать ресурсы социального партнерства в их профессиональном развитии и росте, определяя позицию будущего профессионала как активного участника образовательного процесса, который осознанно подходит к оценке организационных условий предприятия – потенциального работодателя, понимая, что от результатов их социального партнерства зависит и развитие личности профессионала, и продвижение корпорации в целом. Компетентностный подход к организации образовательного процесса декларирует переход от принципа функционирования «давать знания» к принципу «научить получать образование».

Отметим, что повышение в значительной степени самостоятельности и ответственности обучающихся в компетентностно-ориентированном образовании означает для организаторов учебного процесса активную позицию студента как условие функционирования системы. Это, также, означает, что прогнозирование образовательного результата является приоритетом не только для преподавателя, но и для самого учащегося.

Модель образовательного результата в компетентностно-ориентированном обучении рассматривается не как сумма усвоенной информации, а как способность человека действовать в ситуациях неопределенности. С точки зрения управления образовательным процессом обучение действию ориентировано на организацию ситуаций реализации профессиональных планов личности в предметно-профессиональной деятельности. При этом следует различать ситуации, имеющие заранее известное преподавателю решение и неизвестное учащемуся, и ситуации неопределенности, существующие в реальности и не имеющие заранее известных преподавателю решений в силу неизвестности для него мотивации учащегося или мотивации субъекта, находящегося в профессиональном взаимодействии со студентом.

Возникновение ситуаций неопределенности обусловлено реальной предметно-профессиональной деятельностью и реальным взаимодействием учащихся с представителями профессионального сообщества, различающимися по опыту, статусу, интеллектуальным и психологическим свойствам, мотивам и т.п., особенностями корпоративной культуры организации, определенными стратегическими задачами, особой логикой принятия решений, спецификой командообразования в коллективе и индивидуальными планами профессионального развития и роста студентов. Эти условия позволяют решить вопросы создания для субъектов социального партнерства «единого образовательного поля» - понятийного (информационного) и ценностного (культурного). Возможность реализации условий единого образовательного поля в полной мере возникает только в период практики. К таким условиям следует отнести интеграцию социального, культурного и производственно-технологического компонентов, которые отличают образовательные условия практики от образовательных условий иных организационных форм обучения – лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Это обстоятельство позиционирует практику как *существенный системообразующий* элемент в процессе формирования компетентности выпускников образовательных учреждений, обозначая образовательную цель практики как овладение студентами умениями реализации принципов социального партнерства в их профессиональном развитии и росте.

Мы систематизировали перечень компетенций, утвержденных Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению «Реклама и связи с общественностью», которыми студенты должны овладеть в период практики, опираясь на понимание профессиональной компетентности, во-первых, как «суммы квалификаций и социального поведения» (О.Ф. Пиралова); во-вторых, как«знаний и рефлексивных умений, позволяющих личности оценивать ту или иную проблемную ситуацию, находить приемлемые решения и предпринимать необходимые действия, обеспеченные для реализации этих решений соответствующим поведением»(В.И. Байденко); в-третьих, – «как компетенции, относящейся к самому себе как к личности, как к субъекту жизнедеятельности; компетенции, относящейся к взаимодействию человека с другими людьми; компетенции, относящейся к деятельности человека»(И.А. Зимняя)(см. таблицу ).

*Совокупность компетенций, заявленных ФГОС к формированию в период практики по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Учебно–ознакомительная практика | Производственная практика |
| Производственно-технологическая | Организационно-управленческая | Проектная |
| Знания | ПК-5 | ОК-9 | ПК-16 | ПК-12 | ПК-27 | ПК-8 | ОК-5 | ПК-33 |
| Умения решать поставленные задачи | ОК-13 | ОК-12 | ПК-10 | ПК-28 | ПК-17 | ПК-15 | ОК-3 | ПК-7 |
| Идентификация ситуации неопределенности | ПК-25 | ПК-35 | ПК-1 | ПК-34 | ПК-11 | ПК-9  | ПК-23 | ПК-19 |
| Ситуационный анализ | ОК-14 | ПК-21 | ПК-4 | ПК-32 | ПК-6 | ПК-30 | ПК-31 |  ПК-22 |
| Решение ситуации неопределенности | ПК-18 | ПК-14 | ПК-13 | ПК-3 | ПК-2 | ПК-24 | ОК-4  | ПК-26 |

Таким образом, совокупность компетенций представлена как *система*, так как составляющие ее компоненты обладают *целостностью:* они взаимосвязаны и принадлежат к одному полю измеряемых величин. Ориентированные на выполнение одной функции и структурированные по единому принципу, суть которого составляют знания, умения, характеристики способностей и мотивов личности, используемые при решении как стандартизированных ситуаций, так и ситуаций неопределенности, элементы обладают *единством* и взаимодополняют друг друга: ни один из них, исполняя отведенную ему подфункцию, не может быть изъят из системы оценки без потери качества функционирования системы. Эта система является *сбалансированной,* так как элементы сгруппированы попарно и отражают систематическое формирование как субъектно-социальных, так и объектно-технологических компетенций в комплексной последовательности этапов (мотивация – понимание - планирование – реализация и оценка) и цикличности процесса обучения в целом как результата деятельности по освоению знаний и применению их для решения поставленных задач и принятия решений в ситуациях неопределенности.

Данный комплекс позволяет организовать процесс формирования профессиональной компетентности, комплексную диагностику овладения студентами компетенциями и самооценку, а также корректировать и индивидуализировать образовательный процесс. Представленная система характеристик описывает компетентность учащегося как совокупность компетенций, обеспечивающих овладение студентом навыками организации и оперативногоуправления своей профессиональной деятельностью и планирования и реализации деятельности корпорации, что обеспечивает образовательный процесс *функциональной валидностью,* то есть способствует достижению тех целей, для которых создается образовательная система.

Таким образом, мы можем определить формирование профессиональной компетентности в период практики как деятельность по организации взаимодействия субъектов образовательного процесса в период практики, в ходе которой преподаватель планирует и обеспечивает процесс овладения студентами профессиональными компетенциями, заявленными Федеральными государственными образовательными стандартами по специальности или направлению подготовки, а студенты овладевают умениями своего профессионального развития.

 Данные педагогической науки позволяют нам обогатить представление об *условиях реализации*компетентностно-ориентированного образовательного процесса, поскольку при развитии профессиональной компетентности необходимо учитывать условия и средства обучения умениям принятия решений в ситуациях неопределенности, обеспечивая тем самым профессиональное развитие и рост в условиях профессионального партнерства.

Мы рассматриваем практику *как способ:*

-мотивации индивида к познавательной деятельности, к дальнейшему профессиональному обучению,

-обучения индивида производственно-технологической деятельности и профессиональному позиционированию, которые актуализируют умения рефлексивного профессионального развития на основе профессиональной самооценки;

-обучения учащихся организационно-управленческой деятельности, актуализирующей опыт оценки функционирования организационных структур и характеристик социокультурных сред корпораций-потенциальных работодателей;

-обучения студентов проектной деятельности, актуализирующей реализацию целей и планов профессионального развития и профессионального роста в социальном партнерстве.

Таким образом, особенностью формирования профессиональной компетентности студентов в период практики является направленность образовательного процесса на приобретение студентами умений реализации принципов социального партнерства в трудовой сфере и сбалансированность образовательных установок в отношении умений развития и роста, удовлетворяющих интересы, как самой личности, так и корпораций-работодателей.

Эффективность использования компетентностного подхода к организации учебного процесса зависит не только от последовательности этапов овладения компетентностью, но и от методов и приемов обучения, которые *активизируют* позицию студентакак субъекта своего образования*, изменяют* авторитарную рольпреподавателя-менторана демократическую роль преподавателя-советника, сопровождающего образовательную деятельность студента.

 Поощрение самостоятельности студентов при выполнении ими учебных заданий, а также обучение приемам самостоятельной оценки выполненных заданий и оценки деятельности друг друга требуют детальной проработки процесса подготовки студентов к практике и организации их образовательной деятельности в период практики.

Вторая глава диссертации *–* **«Реализация компетентностного подхода к организации практикистудентов специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»** - посвящена разработке компетентностно-ориентированного учебного процесса в период практики и проверке его результативности. В главе рассматриваются практические способы и приемы реализации компетентностного подхода к организации практики в системе высшего профессионального образования. Проектирование учебного процесса в период практики базируется на идее согласования деятельностного, компетентностного и процессного подходов. Это согласование проводится в рамках общенаучного понимания управления учебным процессом как нормы качества образовательной системы. Этапами управления образовательным процессом являются*выявление* педагогической проблемы организации практики, *планирование* учебного процесса в период практики, *организация* образовательного взаимодействия преподавателя-руководителя практикой и студента в ходе подготовки и проведения практики и *обеспечение* контроля, оценки результативности предложенной методики. Проведенная нами опытно-экспериментальная работа включала три этапа: *констатирующий, формирующий и аналитико-обобщающий.*

Целью констатирующего этапа было выявление отношения студентов специальности «Реклама» к своим образовательным результатам, достигнутым в процессе практики, а также результатам профессионального образования в целом. Исследование проводилось с 2005 по 2013 годы. В эксперименте приняли участие 264 респондента: основную группу испытуемых составляли студенты 2 и 5 курсов специальности «Реклама». Возраст опрашиваемых – 18 – 26 лет.При проведении исследования применялись такие методы исследования, как эксперимент, опрос, наблюдение, изучение и анализ результатов производственных и практических заданий студентов.

Анализ результатов констатирующего эксперимента позволил выявить ряд проблем, которые носят объективный характер, связанных, прежде всего, с затруднением студентов в осознании себя субъектом и образовательной деятельности, и социального взаимодействия в период практики. На различных этапах практики у учащихся отмечались трудности в освоении умений профессионального развития и осознании профессиональной идентичности:

*- в период учебно-ознакомительнойпрактики* у студентов недостаточно сформирована активная субъектная позиция, недостаточен интерес к ценностям, приоритетам и потребностям профессионального сообщества и оценке качества продукта профессиональной деятельности, недостаточно развиты умения поиска недостающей информации и профессионального целеполагания;

*- в период производственной практики* не все учащиеся способны к осознанной рефлексивной оценке своего внутреннего состояния в профессиональной и образовательной проблемной ситуации, не способны к обоснованию своего решения, осуществлению самостоятельной проектной и исследовательской деятельности, осознанию состояния удовлетворенности достигнутым образовательным результатом.

В целом 98% студентов считают необходимым этап *подготовки к практике.* Задачами подготовки к практике должны стать целеполагание, планирование профессионального развития и роста; подготовка к взаимодействию с работодателем, клиентом и коллегами; проведение самооценки профессиональной компетентности. Анализ указанных проблем позволил уточнить направления организации практики и содержание дидактических и методических материалов в период практики с целью скорректировать основные аспекты педагогической деятельности по внедрению компетентностно-ориентированной образовательной технологии подготовки студентов к практике.

Важной задачей этапа констатирующего эксперимента было исследование наиболее востребованных студентами средств и форм передачи учебной информации. Проведенный опрос в форме интервью позволил нам ранжировать в порядке убывания источники, из которых студенты предпочитают получать информацию, необходимую для освоения профессиональной компетентности: собственный опыт; наблюдение за поведением отдельных ключевых работников; беседы с профессионалами и руководителями предприятий; непосредственный инструктаж со стороны руководителей и ключевых специалистов; Интернет; профессиональное обучение (лекции, семинары, учебники); книги, журналы (периодические издания); справочники. (Отметим, что профессиональное обучение вместе с учебниками занимает лишь 6 место). Это подтвердило значимость практики в учебном процессе как приоритетном способе получения учебной информации и, как следствие, значимость внедрения контекстного метода обучения в период подготовки к практике.

Таким образом, результаты констатирующего эксперимента подтвердили актуальность исследуемой проблемы и позволили обосновать необходимость разработки процессной модели формирования профессиональной компетентности в период практики.

Решение проблем, выявленных в ходе констатирующего эксперимента, обеспечивает комплексное планирование средств развития профессиональной компетентности, которое предполагает следующие этапы проектирования:

*- концептуально-целевойэтап,* определяющий комплекс формируемых компетенций и приводящий их в соответствие с целями и задачами образовательного процесса в период практики;

*- планово-организационныйэтап,* определяющий временной регламент реализации образовательной программы по практике в соответствии с учебным планом и информационно-содержательный регламент, согласованный с необходимостью решения индивидуальных ситуаций неопределенности, которые обозначились в ходе констатирующего эксперимента;

- *содержательно-деятельностный этап,* определяющий принципы и формы взаимодействия преподавателя-руководителя практики от кафедры и студентов, а также порядок реализации образовательной программы практики и формы документов, отражающих его;

- *контрольно-диагностическийэтап,* определяющий порядок мониторинга реализации учебной программы и фиксирующий образовательный результат.

Комплексное планирование средств формирования профессиональной компетентности позволяет эффективно организовать образовательный процесс в период практики и объективировать оценку образовательного результата по итогам практики.

Организация образовательного взаимодействия преподавателя-руководителя практики от кафедры и студентов, ориентированная на активизацию субъектной позиции учащегося и методологию контекстного обучения, способствует успешному формированию профессиональной компетентности, если:

- обеспечено наличие равноправных субъектов учебного взаимодействия, при которых руководитель практики от кафедры и студент реализуют различные образовательные стратегии: преподаватель организует образовательную деятельность, обеспечивая условия, помогая учащимся в выборе средств и инициации решения ситуаций неопределенности; студенты же являются инициаторами и активными участниками своего профессионального развития;

-направлено на овладение умениями реализации принципов социального партнерства в их профессиональном развитии и развитии организаций;

- обеспечено осознание мотивов осуществления профессиональной деятельности и стремление освоить новые знания и умения профессиональной деятельности.

*Формирующий этап эксперимента* включал разработку и реализацию в учебном процессе экспериментальной методики формирования профессиональной компетентности студентов в период практики. Методологическую основу разработки методики составили процессный, деятельностный и компетентностный подходы.

*Процессный*подход, дифференцируя процессы *на вертикальные* (процессы управления и контроля) и горизонтальные (в нашем случае - образовательные), определяет объекты процесса как предметы деятельности и распределяет ответственность субъектов процесса. *Субъектом управления* образовательным процессомв период практики является преподаватель – руководитель практики от кафедры, задачами которого является планирование и обеспечение процесса ресурсами, – созданием условий и подготовкой средств, – и контроль за результатом. Учащийся, как *субъект реализации образовательного процесса* является его инициатором и несет ответственность за достижение результата. Результатомобразовательного процесса в период практики является профессиональная компетентность в соответствии с заявленным ФГОСом перечнем компетенций.

Результаты констатирующего этапа эксперимента обозначили две проблемы, связанные с решением ряда задач организационно-дидактического и методического характера. Первая состоит в формировании осознанного отношения студентов к своим жизненным приоритетам, ценностям и мотивам своего профессионального выбора, развития и роста. Решение этой проблемы возможно приизучении ценностей профессионального сообщества, форм и условий профессионального труда. Разрешение второй проблемы – отсутствии готовности большинства студентов к интериоризации имеющегося общественного профессионально-предпринимательского опыта – связано с пониманием студентами своей профессиональной роли, позиции (статуса) и результатов деятельности в соответствии с общепринятыми в профессии нормами и правилами.

Эти проблемы реализуются в решении задач активизации субъектной позиции на основе осуществления принципов социального партнерства. Корректировку возникших проблем мы видим в реализации *деятельностного*подхода к организации подготовки к практике, который определяет состав компонентной структуры образовательной деятельности, включающий в себя мотивацию, целеполагание и формирование индивидуального образа достижения; абстрагирование проблемы и постановку задач для решения проблемы; поиск дополнительной информации для принятия решений и планирование решения; реализацию решения, контроль за результатом и оценку достижения целей.

Это определило последовательность направлений подготовки к практике как целей ее этапов:*первое направление* – мотивация к профессиональному обучению на основе выявление жизненных приоритетов и потребностей ицелеполагание в профессиональномразвитии, что является *целью учебно-ознакомительной* практики; *второе направление* – осознание себя как личности профессионала и проектирование своего профессионального развития – составляет *цель производственно-технологической* практики; *третье направление* – изучение норм, ценностей и освоение опыта оценки социокультурной профессиональной среды –определяет *цель организационно-управленческой* практики;*четвертое направление* – опосредованная социальным партнерством с работодателем реализация намеченных профессиональных планов и оценка удовлетворенности своим образовательным результатом – задает *цель проектной* практики. Второе, третье и четвертое направления объединены общей целью приобретения учащимися опыта решения ситуаций неопределенности, что является *целью производственной практики*.

*Компетентностный*подход определяет содержание стадий овладения компетентностью, их реализацию и контроль результатов: первой стадиикак овладение когнитивными умениями; второй стадиикак освоение опыта решения сформулированных (стандартизированных) задач; третьей стадии как приобретение умений идентифицировать ситуации неопределенности,обозначать проблемы и формулировать (ставить) задачи; четвертойстадии как получение навыков ситуационного анализа и пятой стадии как интериоризацию опыта решать ситуации неопределенности.

Наиболее проработанным на сегодняшний день способом реализации компетентностного подхода в высшей профессиональной школе является метод контекстного обучения. Мы дополнили его субъектно-ориентированной образовательной технологией обучения с участием субъектов образовательного процесса в деятельности по оценке и самооценке промежуточных образовательных результатов, коммуникативными приемами диалога и полилога, общей мотивацией учащегося и преподавателя, педагогическими приемами сотрудничества и сотворчества субъектов образовательного процесса, что позволило нам разработать методику организации практики. На основании использования деятельностного, компетентностного и процессного подходоввсе компоненты методики мы объединили в четыре блока: *концептуально-целевой, планово-содержательный, деятельностно-организационный, контрольно-диагностирующий.*.

*Планово-содержательныйблок* обеспечивает планирование содержания образовательного взаимодействия студентов и преподавателей для освоения студентами умений по решению ситуации неопределенности, их профессионального развития и роста. Этот блок содержит тематический, временной и организационный план подготовки к практике и прохождения практики. Формируя содержание тематического и организационного планов, мы придерживались положений педагогики культуры о том, что развитие личности проходит в культурной среде в процессе совместной деятельности и общения. Для реализации образовательной программы практики необходимо обеспечить ее соответствующим *социокультурным производственно-технологическим образовательным пространством.* Используя идею интеграции «производственного пространства – образования – культуры», мы определили этот феномен как среду коммуникаций, активно вовлекающую студентов в процессы овладения социальным, культурным, производительным, профессиональным и образовательным опытом.

*Организационно*-*деятельностныйблок* включает варианты использования контекстного типа обучения с использованием способов и приемов субъектно-ориентированного типа образовательных технологий как составляющих взаимодействия преподавателя-руководителя практики от кафедры и студентов в период подготовки и прохождения практики. Организация образовательного взаимодействия обеспечивает реальное воплощение компонентов намеченной программы по организации практики через реализацию образовательных мероприятий по утвержденному плану: проблемные семинары, проблемные лекции, практические занятия, деловые и ролевые игры, индивидуальное консультирование, установочные и отчетные конференции, размещение учебного процесса в соответствующем социокультурном образовательном пространстве, - что представлено в программах практик.

При выборе ведущих форм организации учебной деятельности студентов в период практики мы руководствовались данными, полученными в ходе констатирующего эксперимента, и использовали такие формы организации передачи профессионально значимой информации, как интериоризация практического опыта, профессиональное личное общение с руководством и работниками предприятий рекламной индустрии. Для реализации разработанной программы практики мы использовали широкий спектр способов и приемов педагогического взаимодействия как традиционных, так и активных и интерактивных, которые включались нами в содержание занятий по подготовке к практике на разных этапах: при идентификации образовательной проблемы, поиске недостающей информации, осмыслении сложившейся ситуации и самомотивации, принятии решения, реализации решения и его оценке. Индивидуализация учебной работы обеспечила стимулирование интереса к активизации субъектной позиции и изучению социокультурной образовательной среды через развитие внутренней мотивации студента.

Для достижения поставленных задач были использованы *как традиционные формы организации учебных занятий, так и активные и интерактивные:* лекции в период подготовки студентов к практике носили активный характер (лекция-беседа, лекция с путеводителем). На семинарских занятиях важную роль играла проблематизация образовательной и профессиональной деятельности: обучаемые привлекались к формулировке вопросов отвечающему, анализу, оценке ответа товарища. Основу интерактивного занятия составляют упражнения и задания, которые выполняются учащимися. Нами были использованы следующие типы упражнений: творческие задания, работа в малых группах, обучающие игры (ролевые и деловые), использование общественных ресурсов (приглашение специалистов, экскурсии), проектные технологии (социальные проекты, конкурсы проектов, репортажи, газеты, презентации, выставки), изучение и закрепление нового материала (интерактивная лекция, работа с наглядными и электронными пособиями, использование вопросов), дискуссионное обсуждение сложных вопросов и проблем.

В процессе совместной работы со студентами использовалось сочетание групповой, индивидуальной, фронтальной форм работы. Особое место отводилось рефлексивным (самоанализ выполненных заданий, работа в диалоговых парах), проблемным (решение конкретных ситуаций, проведение учебных дискуссий, работа с кейсами), творческим и исследовательским формам работы (выполнение творческих заданий, защита проектов), а также созданию ситуаций выбора (от выбора студентом направления профессиональной деятельности (специализации) до выбора ее видов, форм, уровня сложности, места реализации своих профессиональных и образовательных планов в период практики). Таким образом, каждый студент получил возможность сформировать и реализовать свой индивидуальный план профессионального развития. С целью стимулирования образовательной деятельности студентов были использованы следующие формы: деловые игры «Организация выставки “Городской бестселлер”», «Научно-практическая студенческая конференция “Рекламный подиум”», ролевая игра «Организация пресс-тура “Рекламный проспект”», балльно-рейтинговая система оценки.

В качестве средств активизации субъектной позиции студентов в период практики использовали *анкету* по выявлению жизненных приоритетов и ценностей, индивидуальное *целеполагание* и *планирование* подготовки и прохождения практики, *контроль выполнения плана* подготовки к практике по графику, *задания,* различные по форме выполнения, уровню сложности, степени самостоятельности студента, объединенные в «Рабочую тетрадь по учебно-ознакомительной практике» и «Рабочую тетрадь по производственной практике»*.*

*Контрольно-диагностирующий блок* составляют средства диагностики овладения студентами профессиональной компетентностью в период практики и оценки.

Контроль в процессе реализовывался через анализ и оценку выполнения студентами комплекса заданий, включающих тестовые задания на знание норм и правил профессиональной деятельности, практические задания по целеполаганию, образовательному и профессиональному планированию, составление SWOT-анализа, резюме, портфолио, идентификация проблемных ситуаций различной направленности и их решение.

Опираясь на принципы систематизации компетенций, заявленных ФГОСом к освоению, мы оценили уровень овладения профессиональной компетентностью в период практики в компетентностно-ориентированной образовательной системе, что обеспечивает комплексную диагностику профессиональной компетентности студентов направления «Реклама и связи с общественностью» в балльно-рейтинговой системе оценки и позволяет объективировать самооценку студентов, способствуя осознанию учащимися удовлетворенности своим профессиональным образованием.

Нами получены данные о том, что в условиях реализации субъект-субъектных взаимоотношений руководителя практики от кафедры и студента, их общей мотивации вступления в образовательные отношения, общего социокультурного образовательного пространства, систематической работы - формирование профессиональной компетентности учащегося осуществляется планомерно, комплексно и успешно.

В ходе аналитико-обобщающего этапа эксперимента нами получены данные о произошедших изменениях в профессиональной компетентности студентов при подготовке к практике с использованием методики контекстного обучения и при подготовке учащихся с использованием комплексной методики контекстного обучения с использованием средств и приемов, активизирующих субъектную позицию учащихся, -компетентностно-ориентированной методики.Для оценки статистической достоверности межгрупповых различий использовался U-критерий Манна-Уитни.**Полученные эмпирические значения критериев Uэмп.по каждой экспериментальной группе находятся в зоне значимости. Следовательно,** различия между контрольной, экспериментальной группой 1 (Э1), в которой применялась методика активизации субъектной позиции учащихся, и экспериментальной группой 2 (Э2), в которой применялась компетентностно-ориентированная методика, статистически достоверны.

Методика подготовки к практике, обеспеченная средствами контекстного обучения, обеспечивает рост студентов с перспективным и основным уровнями компетентности при одновременном снижении количества учащихся с базовым и начальным уровнями профессиональной компетентности. Эта динамика усиливается при использовании способов и приемов, активизирующих субъектную позицию учащихся, составляющих в комплексе с контекстным обучением компетентностно-ориентированную методику подготовки студентов к практике (см. рисунки 1 и 2).



*Рис. 1. Распределение студентов в соответствии с уровнем профессиональной компетентности (по итогам учебно-ознакомительной практики)*



*Рис. 2. Распределение студентов в соответствии с уровнем профессиональной компетентности (по итогам производственной практики)*

Положительная динамика сформированности профессиональной компетентности будущего рекламиста в экспериментальных группах подтверждает эффективность предлагаемой нами методики подготовки и сопровождения студентовспециальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в период практики. Реализации методики способствует учет выявленных в ходе исследования педагогических условий, применяемых комплексно на каждом этапе исследования: целостность и сбалансированность целевых образовательных установок на всех этапах организации практики, которые направлены на последовательное освоение студентами знаний и умений о развитии организации в сфере их профессиональной деятельности, личностном профессиональном развитии и росте, а также социальном и культурном взаимодействии в трудовой сфере; активная субъектная позиция учащихся; поэтапное овладение студентами комплексным содержанием профессиональной компетентности как способности управлять своим профессиональным развитием и ростом, а также развитием организации, что детерминируется социальным партнерством с работодателем, которое проявляется в знаниях, умениях решать сформулированные (поставленные) задачи и умениях принимать решения и их реализовывать в ситуации неопределенности.

Для реализации методики формирования профессиональной компетентности нами были разработаны специальные средства формирования профессиональной компетентности в виде практических заданий. Студенты экспериментальных групп отметили наиболее эффективные с их точки зрания средства, способствующие развитию профессиональной компетентности: технология оценки социокультруной среды предприятий рекламной индустрии «Рекламный проспект» (98%); технология выявления образа профессионального идеала «Рекламный подиум» (71%); технологии оценки требований к менеджеру по рекламе и PR (84%); технология оценки качества рекламы «Городской бестселлер» (85%). технологии самооценки на основе SWOT-анализа (91 %); диагностическая карта овладения компетентностью (92,5%); индивидуальный план профессионального развития (56%); образовательное целеполагание (54%); дневник практики (38%); комплекс заданий в период практики (94%); технология «Резюме» (64%); технология «Портфолио» (89%); использование субъектно-ориентированных педагогических технологий (72%); использование коммуникативных технологий (48%).

Вышеизложенное позволяет утверждать, что обозначенная проблема и поставленные задачи в целом решены. Проведенный анализ данных, полученных в ходе опытно-экспериментальной работы, подтвердил выдвинутую гипотезу и позволил сделать следующие выводы:

1. Формирование профессиональной компетентности в период практики – это деятельность по организации образовательного взаимодействия субъектов учебного процесса, результатом которой является овладение студентом профессиональной компетентностью, а содержание заключается в создании преподавателем условий, обеспечивающих активизацию субъектной позиции студента, реализацию студентами принципов социального партнерства в их профессиональном развитии и росте, комплексности реализации целевых образовательных установок учащихся, ориентированных на последовательное освоение опыта развития организации по направлению их профессиональной деятельности; осознание закономерностей личностного профессионального развития и роста; понимание принципов социального и культурного взаимодействия в трудовой сфере.
2. Методика формирования профессиональной компетентности в процессе практики, основанная на интеграции компетентностного, деятельностного и процессного подходов, характеризуется:

- поэтапным овладением содержанием компетенций: определением своей субъектной профессиональной позиции (позиционированию себя как профессионала); грамотнымориентацией в социокультурной среде предприятий рекламной индустрии; реализацией принципов социального партнерства в профессиональном развитии и росте, обеспечивающих овладение навыками планирования и оперативного управления своей деятельностью и деятельностью организаций и предприятий;

- условиями реализации методики, ориентированными на соблюдение целостности и сбалансированности целевых образовательных установок на всех этапах организации практики, которые способствуют последовательному освоению студентами опыта развития организации в сфере их профессиональной деятельности, личностного профессионального развития и роста, а также социального и культурного взаимодействия в трудовой сфере; направлены на активизацию субъектной позиции учащихся, на поэтапное овладение студентами *комплексным* содержанием профессиональной компетенции¸ которая проявляется в умениях решать сформулированные (поставленные) задачи и умениях принимать решения и их реализовать в ситуации неопределенности;

- традиционными, активными и интерактивными средствами субъектно-ориентированного типа образовательных технологий и контекстным методом обучения при освоении знаний и опыта использования принципов социального партнерства в профессиональном развитии и росте учащегося.

3. Результативность обучения в процессе практики обеспечивает использование в образовательном процессе в период практики этапа диагностики и оценки овладения студентами профессиональной компетентностью, основанном на оценке выполнения комплекса заданий различного вида: тестов – ориентированных на рефлексию когнитивных умений, эвристических практических заданий - ориентированных на развитие умений решения стандартизированных (поставленных) задач; поисковых практических заданий – ориентированных на формирование умений идентификации проблемы и постановки задачи; проблемных заданий - ориентированных на поиск недостающей для решения проблемы информации и поиска альтернатив для ее решения; творческих модельно-проектных практических заданий – ориентированных на решение ситуаций неопределенности, осознание учащимися личностных мотивов, степени ответственности за результаты и выбор приоритетов. Работа на этих этапах концентрирует внимание студентов на поиск решений в ситуациях неопределенности: идентификацию проблемы, поиск и принятие решения, реализацию личностных планов, - и способствует самостоятельной оценке эффективности достигнутого результата.

4. Результаты эксперимента дают основание утверждать, что решение проблемы формирования профессиональной компетентности в период практики должно быть обеспечено комплексом средств, обеспечивающими *активизацию* субъектной позиции студентов на основе развивающего типа обучения, субъект-субъектного характера образовательного взаимодействия преподавателя - руководителя практики и учащегося, *диалогизацию и полилогизацию* учебного процесса, *общую мотивацию студента и преподавателя* при вступлении в образовательное взаимодействие; их общую информационную память и единую знаковую систему.

5. Результаты констатирующего эксперимента позволили уточнить причины личной неудовлетворенности части студентов профессиональным образованием и результатами практики и источники личных проблем (трудностей) образовательного характера, что определило *направление* теоретического исследования и *содержание* процесса формирования профессиональной компетентности в период практики. Кроме того, этап констатирующего эксперимента выявил степень доверия студентов к различным источникам информации, используемым в учебном процессе, что определило содержание и методы обучения в процессе практики.

6. Сравнительный анализ результатов, полученных в начале и конце эксперимента, показал, что в экспериментальной группе 2 уровень профессиональной компетентности выше, чем в экспериментальной группе 1, в которой были реализованы условия проведения эксперимента частично и существенно выше, чем в контрольной группе, где условия эксперимента не соблюдались. Полученные данные полностью согласуются с теоретическими положениями нашего исследования и подтверждают правильность разработанных программ и проведенных учебных мероприятий в рамках подготовки студентов к практике и проведения практики. Достижение положительной динамики в овладении профессиональной компетентностью также подтверждает правильность концептуального решения методики формирования профессиональной компетентности в период практики.

7. В процессе организации образовательной деятельности студентов в период практики целесообразно использовать комплекс средств, направленных на активизацию субъектной позиции учащихся, как-то: технологии самооценки на основе SWOT-анализа; диагностическую карту овладения компетентностью; индивидуальный план профессионального развития; образовательное целеполагание; дневник практики; комплекс эаданий в период практики; технологию «Резюме»; технологию «Портфолио»; использование субъектно-ориентированных педагогических технологий; использование коммуникативных технологий; технологию оценки социокультруной среды предприятий рекламной индустрии «Рекламный проспект»; технологию «Образ профессионального идеала»; технологии оценки менеджера по рекламе и PR; технологию оценка качества рекламы «Городской бестселлер».

**В заключении**диссертации обобщены результаты теоретического и эмпирического этапов исследования, изложены выводы, обозначены перспективы дальнейшего изучения проблемы. Проведенное исследование раскрывает один из важных аспектов функционирования компетентностно-ориентированной образовательной системы в период практики и может быть продолжено по следующим направлениям: анализ взаимодействия компонентов структуры социокультурного образовательного пространства; совершенствование методики и технологии подготовки руководителей практики от предприятий, обеспечивающих социальное взаимодействие учащихся с субъектами профессиональной деятельности; анализ взаимосвязи и преемственности аудиторных и внеаудиторных организационных форм обучения и подготовки к практике; использование возможностей электронных ресурсов для подготовки студентов к практике и ее прохождению.

**В приложениях** представлены материалы, отражающие реальное становление компетентностно-ориентированной методики организации практики для специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»: формы анкет для проведения опросов и интервью, программы подготовки и прохождения практики, методики организации практики, расчеты Uкритерия Манна-Уитни.

**Основные результаты исследования отражены в следующих публикациях автора:**

**Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Плуженская, Л.В. Модель измерения подготовленности выпускника к рынку труда [Текст] / Л.В. Плуженская // Ярославский педагогический вестник. – Том II. Психолого-педагогические науки. – 2011. – № 1. – С. 181–185 (0,6 п.л.).
2. Плуженская, Л.В. Особенности оценки образовательного результата в компетентностно-ориентированном образовании [Текст] / Л.В. Плуженская // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – Т. 18. – № 1. – Ч. 1. – С. 261–264 (0,5 п.л.).
3. Плуженская, Л.В. Критериальная основа оценки образовательного результата в компетентностно-ориентированном образовании [Текст] / Л.В. Плуженская // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. – 2012. – № 2 (20). – С. 53–58 (0,75 п.л.).

**Монографии, учебные пособия, авторские свидетельства:**

1. Плуженская, Л.В. Семантические особенности восприятия рекламы в городской среде (проект «Городской бестселлер») [Текст] / Л.Г. Антонова, В.Н. Степанов, Л.В. Плуженская [и др.]; под науч. ред. Л.Г. Антоновой // Культуроориентированная среда региона: коллективная монография. – Вып. 1. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – 56 с. (7 п.л., в т.ч. авт. – 0,8 п.л.).
2. Плуженская, Л.В. Учебно-ознакомительная практика студентов ЯГПУ, обучающихся по специальности «Реклама» [Текст] / Л.В. Плуженская. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2005. – 40 с. (2,5 п.л.).
3. Плуженская, Л.В. Актуальные вопросы перехода российской высшей школы на Федеральные государственные образовательные стандарты третьего поколения [Текст]: учебно-методическое пособие / О.А. Коряковцева, Л.В. Плуженская, И.Ю. Тарханова, П.С.Федорова ; под ред. М.В. Новикова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. – 36 с. (2,25 п.л., в т.ч. авт. – 1,2 п.л.).
4. Плуженская, Л.В. Рабочая тетрадь по производственно-технологической практике студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» [Текст] / Л.В. Плуженская. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014. – 64 с. (4 п.л.).
5. Плуженская, Л.В. Методические указания по организации учебно-ознакомительной практики студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» [Текст] / Л.В. Плуженская. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014. – 48 с. (3 п.л.).
6. Плуженская, Л.В. Программа учебной практики студентов, обучающихся по специальности 031 600.62 «Реклама и связи с общественностью» [Электронный ресурс] / Л.Г. Антонова, А.А. Певзнер, Л.В. Плуженская / Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2011620644 от 12.09.11. (1 п.л., в т.ч. авт. – 0,5 п.л.).
7. Плуженская, Л.В. Электронное учебное пособие «Практика рекламного менеджмента в образовательном учреждении» [Электронный ресурс] / Т.Г. Доссэ, О.А. Коряковцева, Л.В. Плуженская / Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2011620645 от 12.09.11. (1 п.л., в т.ч. авт. – 0,5 п.л.).
8. Плуженская, Л.В. Практика выставочного менеджмента в образовательном учреждении. Ч.1 [Электронный ресурс] / А.А. Певзнер, К.Л. Зокирова, Л.В. Плуженская / Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2011620386 от 12.07.11. – (1 п.л., в т.ч. авт. – 0,5 п.л.).
9. Плуженская, Л.В. Актуальные вопросы перехода российской высшей школы на Федеральные государственные образовательные стандарты третьего поколения [Электронный ресурс] / О.А. Коряковцева, И.Ю. Тарханова, Л.В. Плуженская,П.С.Федорова/ Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2011620386 от 12.07.11. (1 п.л., в т.ч. авт. – 0,5 п.л.).
10. Плуженская, Л.В. Основы менеджмента для направления подготовки 031 620 «Реклама и связи с общественностью» [Электронный ресурс] / Л.В. Плуженская / Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2013620158 от 12.04.13. (1,5 п.л.)

**Статьи в сборниках научных конференций:**

1. Плуженская Л.В. Организационная модель конкурсной программы «СТ-видео» [Текст] / К.Л. Зокирова, Л.В. Плуженская // Научно-техническое творчество молодежи – путь к обществу, основанному на знаниях : сборник докладов научно-практической конференции. – М.: МГСУ, 2008. – С. 395–396. (0,3 п.л., в т.ч. авт. – 0,2 п.л.).
2. Плуженская, Л.В. Моделирование системы сбалансированных показателей подготовленности студента-рекламиста к рынку труда [Текст] / Л.В. Плуженская // Человек в информационном пространстве : межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 9. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – С. 159–164. (0,5 п.л.).
3. Плуженская, Л.В. Формирование профессиональной идентичности студентов-рекламистов как педагогическая проблема [Текст] / Л.В. Плуженская // Системогенез учебной и профессиональной деятельности : сборник научных трудов IV всероссийской научно-практической конференции. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – С. 163–165. (0,4 п.л.).
4. Плуженская, Л.В. Проблема гармонизации содержания образовательного результата в системе высшего профессионального образования [Текст] / О.А. Коряковцева, Л.В. Плуженская // Человек в информационном пространстве : межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 10. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. – С. 158–162. (0,4 п.л., в т.ч. авт. – 0,2 п.л.).
5. Плуженская, Л.В. Внедрение компететностно-ориентированного обучения: зарубежный опыт [Текст] / О.А. Коряковцева, Л.В. Плуженская // Системогенез учебной и профессиональной деятельности : сборник научных трудов V всероссийской научно-практической конференции. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. – С. 284–287. (0,4 п.л., в т.ч. авт. – 0,2 п.л.).
6. Плуженская, Л.В. Информационно-методическое обеспечение диагностики компетентностного образовательного результата в системе высшего профессионального образования [Текст] / Л.В. Плуженская // Понимание в коммуникации. Человек в информационном пространстве : сборник научных трудов / под общ.ред. Е.Г. Борисовой, Н.В. Аниськиной. – Ярославль ; Москва: Изд-во ЯГПУ, 2012. – С. 125–128. (0,3 п.л.).
7. Плуженская, Л.В. Городской бестселлер, или может ли наружная реклама продавать красиво? [Текст] / Л.В. Плуженская // Человек в информационном пространстве : сборник научных трудов. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. – С. 42–51 (0,6 п.л.).
8. Плуженская Л.В. Городской бестселлер [Текст] / Л.В. Плуженская // Язык и национальное сознание / под научн. ред. И.А. Стернина. – Вып. 20. – Воронеж: Истоки, 2014. – С. 117–124. (0,6 п.л.).

**Тезисы и материалы конференций:**

1. Плуженская, Л.В. Содержание методического сопровождения профессионализации студентов, обучающихся по специальности «Реклама» [Текст] / Л.В. Плуженская // Компетентностный подход к организации практики студентов : материалы проблемного семинара. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2008. – С. 71–74. (0,3 п.л.).
2. Плуженская, Л.В. Особенности формирования профессиональной компетентности студентов-рекламистов: к постановке проблемы [Текст] / Л.В. Плуженская // Индивидуализация обучения и воспитания: материалы конференции «Чтения Ушинского». – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2009. – С. 88–94. (0,5 п.л.).
3. Плуженская Л.В. Проблемы управления паблицитным капиталом образовательного учреждения [Текст] / Л.В. Плуженская // Подготовка кадров в условиях модернизации образования : материалы конференции «Чтения Ушинского». – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – С. 132–140. (0,8 п.л.).
4. Плуженская, Л.В. Моделирование профессиональной компетенции специалиста по рекламе [Текст] / Л.В. Плуженская // Дополнительное профессиональное образование в условиях модернизации : материалы второй всероссийской научно-практической интернет-конференции. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – С. 103–112. (1 п.л.).
5. Плуженская, Л.В. Электронное учебное пособие «Рабочая тетрадь по учебной практике студентов, обучающихся по специальности «Реклама» [Текст] / К.Л. Зокирова, Л.В. Плуженская // Ярославский инновационно-технологический форум «Эврика». – Ярославль: Ярославская областная торгово-промышленная палата, 2012. – С. 41–44. (0,3 п.л., в т.ч. авт. – 0,2 п.л.).