

«Утверждаю»

Первый проректор
Государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального
образования города Москвы
«Московский городской педагогический
университет»
д. э. н., профессор, академик РАО
Е.Н. Геворкян



2014г.

ОТЗЫВ

ведущей организации

о диссертации Плуженской Любови Витальевны

«Формирование профессиональной компетентности

студентов в процессе практики

(на примере специальности «Реклама» и

направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»),

представленной на соискание ученой степени кандидата

педагогических наук по специальности

13.00.08 – теория и методика профессионального образования

(педагогические науки)

Руководствуясь Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842 «О порядке присуждения ученых степеней» диссертацию Плуженской Л.В. «Формирование профессиональной компетентности студентов в процессе практики (на примере специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью») можно охарактеризовать как научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, которые можно охарактеризовать как научное достижение.

Рецензируемая диссертация представляет собой исследование в области методики преподавания относительно новой для отечественной педагогики высшей школы специальности – рекламы, а также ее варианта для бакалавриата «Реклама и связи с общественностью». Становление этого направления происходило во второй половине 90-ых годов XX века. Сложность здесь была связана с тем, что реклама в условиях рыночной экономики была относительно новым видом деятельности (хотя реклама и на внутреннем, и на внешнем рынке существовала и в советское время, но по многим параметрам она отличалась от ситуации постстроительной России). Проблема усугублялась тем, что и на Западе практически не существовало подготовки рекламистов на высшем профессиональном уровне в рамках университетов: обычно мастера рекламы, имея разнообразные дипломы – иногда даже не имея академических степеней, – проходили обучение в стенах рекламных агентств.

В отечественной практике высшее образование для специалистов рекламных профессий включает в себя, в соответствии с традициями российской педагогики, глубокое проникновение в суть процессов, связанных с влиянием рекламы на аудиторию. В образовательные стандарты специальности «Реклама» включалось изучение курсов экономики, психологии, теории коммуникации. Студенты получали разносторонние познания в маркетинге, дизайне, языкоznании, менеджменте. Однако наибольшее внимание и студенты, и преподаватели всегда уделяли усвоению практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности. Это относится как к учебным курсам, так и производственной практике.

Ввиду новизны и своеобразия подготовки рекламистов, а также в связи с изменениями, вызванными переходом на двухступенчатую систему образования, методика преподавания и подготовки к профессиональной деятельности вызывает много вопросов. Это объясняет **актуальность** темы

диссертационного исследования, а также большой интерес преподавателей-практиков к уже опубликованным работам Л.В. Плуженской.

Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и приложения. Во введении отмечена актуальность исследования и обозначена основная проблема работы: «какие педагогические условия и средства обеспечивают формирование профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в период практики». В соответствии с этим сформулирована и **цель** работы. Уже во введении автор обращает внимание на необходимость при оценке подготовки специалистов-рекламистов обратиться к компетентностному подходу, который в наши дни постепенно вытесняет ориентацию на знания, умения, навыки и личностные качества обучаемых. Эта проблема глубоко и подробно рассматривается в 1 главе.

Объектом исследования автор объявляет «формирование профессиональной компетентности студентов 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», что соответствует теме диссертации.

В качестве **гипотезы** автор формулирует условия успешности формирования профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики, куда включается формирование установок на узкопрофессиональную деятельность во время практики, подготовительная работа перед практикой в ходе овладения творческими навыками, оперативное сопровождение практики педагогами, научно обоснованный мониторинг успешности прохождения практики. Диссертант формулирует четыре задачи своей работы, включающие раскрытие специфики

формирования профессиональной компетентности студентов, выявление и обоснование основных педагогических условий и средств, обеспечивающих эффективность формирования профессиональной компетентности в процессе практики, разработки и апробации компетентностно-ориентированной методики организации подготовки студентов к практике и их участия в практике, а также методики контроля и оценки образовательного результата практики и проверки результативности использования разработанной методики оценки результата.

Автор описывает теоретическую основу исследования, демонстрируя хорошее знакомство с проблематикой, а также базу работы. В ходе исследования выделяется 3 этапа: изучение практического опыта организации обучения и практики, разработка учебно-методических комплексов практики разработка научно обоснованного комплекса педагогических средств, обеспечивающих формирование профессиональной компетентности студентов специальности, а затем – систематизация и обобщение результатов.

На защиту вынесены положения, отражающие представление диссертанта о педагогической значимости разных видов практики, формировании в их ходе ряда компетенций и об особенностях методических материалов и их применении при подготовке, сопровождении и оценке практик.

В первой главе рассматриваются теоретические основы выполнения задач исследования, а именно, вопросы компетентностного подхода к методическому обеспечению практики студентов рекламистов. Описываются характеристики и история становления компетентностного подхода в современной дидактике и методике. Диссертант отмечает, что он возник в ходе практической деятельности в системе действующих компаний, т.е. в ситуации, близкой к подготовке рекламистов.

Надо заметить, что данный подход, претендующий на вытеснение традиционного, ориентированного на развитие знаний, умений, навыков и развития личности учащегося, далеко не всегда пользуется поддержкой

методистов. Но важно отметить, что сторонники внедрения нового подхода, в частности, И.А. Зимняя, обычно связаны со специальностями, ориентированными на практическую деятельность, например, преподавание иностранных языков. Поэтому в рамках практически ориентированных специальностей использование понятия «компетенция» представляется обоснованным.

Другое дело, не всегда содержание формируемых компетенций методически обосновано. Диссертант на стр. 33 отмечает, что список компетенций студентов-рекламистов, формируемый в ходе практики, недостаточно структурирован. И это не единственная претензия к подобным спискам со стороны практикующих преподавателей.

Диссертант на стр. 45 предпринимает попытку организации компетенций в зависимости от этапа овладения профессией. На основании преподавательского опыта представляется, что это удачный шаг, хотя возможно, и не окончательное решение обозначенной проблемы.

Далее автор показывает особенности организации практики разного вида учащихся-рекламистов и ее педагогическое сопровождение. Эти параграфы заслуживают особого внимания педагогов, руководящих практикой рекламистов в различных вузах, т.к. способны обогатить их цennыми сведениями и конкретными рекомендациями.

Во второй главе диссертации автор отражает эмпирическое исследование, верифицирующее выводы работы и содержащее интересный материал наблюдений.

Доказательство выдвинутой гипотезы автор делит на три этапа: констатирующий, связанный с идентификацией проблем, определяемых образовательной ситуацией, формирующий, связанный с разработкой и реализацией в учебном процессе экспериментальной методики формирования профессиональной компетентности студентов в период практики, а также аналитико-обобщающий, отражающий изменения в профессиональной компетентности групп студентов.

Диссертант показывает особенности рекламного бизнеса в своем регионе. Приводятся данные о видах деятельности, востребованные в этой сфере. В соответствии с ними формирование компетентности рекламиста делится на ряд этапов, предусматривающих постепенное освоение различных видов деятельности: информационно-поисковую, производственно-технологическую, организационную, проектную. Анализируются формы педагогической деятельности, обеспечивающие решение поставленных задач во взаимодействии педагог-практиканта: лекции, деловые игры, кейс-стади. В частности, описывается известный в стране удачный опыт игры «Городской бестселлер». Приводятся материалы для решения кейсов.

Относительно результатов сопровождения практики по предлагаемой методике приводятся данные опроса, отражающие существенно более высокую удовлетворенность практикой у тех студентов, к которым эта методика применялась. Заметим, что в случае со студентами-рекламистами удовлетворенность практикой является весьма важным показателем, т.к. pragmatically oriented будущие специалисты по рекламе весьма вдумчиво анализируют свой профессиональный рост в результате учебы и, в первую очередь, практики.

Методика выборки и обработки данных претензий не вызывает.

В заключении диссертант делает вывод о решении поставленных задач и доказательстве выдвинутой гипотезы. С ним нельзя не согласиться. Приводится **список литературы**, а также **приложения**, отражающие принятые компетенции для рекламистов и тексты опросных материалов, использовавшихся в исследовании, и процесс их обработки.

В целом надо признать, что работа прекрасно сочетает теоретическую и практическую направленность. Автор приводит важные разработки в области компетентностного подхода и прекрасно дополняет их собственными исследованиями. Практическая значимость не вызывает сомнений: некоторые разработки, отраженные в предварительных публикациях, уже взяты на вооружение педагогами, руководящими производственной практикой.

Список литературы достаточно полон и содержит 233 наименования, включая 3 на английском и два на немецком языках. Все источники цитируются в тексте диссертации.

Научная новизна характеризуется уточнением понятия профессиональная компетентность и структурированием системы профессиональных компетенций студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью», а также обоснованием поэтапного позиционирования студентом себя как профессиональной личности и организационной подготовкой, методической разработкой и научным обоснованием комплекса педагогических средств, обеспечивающих формирование профессиональной компетентности студентов специальности «Реклама» и направления «Реклама и связи с общественностью» в процессе практики.

Теоретическая значимость исследования заключается в следующем:

- теоретико-методологические основы профессиональной рекламистов дополнены описанием формирования профессиональной компетентности в период практики, а именно, отмечены: 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 в формировании профессиональной компетентности студента-рекламиста, в частности, 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;

- обоснована роль педагога-руководителя практики и комплекса педагогических средств, применяемых им в процессе подготовки и проведения практики;
- сформулированы методические обоснования подготовки студентов к практике;
- выявлены основания и проведено структурирование компетенций, формируемых в период практики.

Практическая значимость исследования состоит в том, что в работе представлены апробированные материалы, обеспечивающие подготовку к практике студентов-рекламистов, ее сопровождение, контрольно-измерительные материалы для оценки готовности студентов к практике и успешности ее прохождения, в частности, формировании у них соответствующих компетенций.

Личный вклад автора в 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 выводов представляется соответствующей методологическим требованиям гуманитарных наук. Убедительность выводам автора придает ссылка на богатый опыт использования предложенных рекомендаций и материалов, на достаточно подготовленные и грамотно обработанные эксперименты.

Результаты исследований отражены в 26 публикациях автора, в том числе в 3 статьях, опубликованных в журналах, входящих в перечень,

рекомендованный ВАК при Минобрнауки России, одной коллективной монографии, одной персональной монографии, ряде электронных публикаций, статей в различных изданиях.

Основные этапы работы и выводы отражены в автореферате. Автореферат соответствует основному содержанию работы.

Есть и ряд замечаний по работе. В частности, кажется, что понятие «социальное партнерство» и во введении, и во 2 главе исследования дано несколько однобоко, не отражены социально-исторические аспекты этого явления, нередко сопровождаемые отрицательным отношением с той или иной стороны.

Вызывает сожаление то, что в списке публикаций мало текстов на английском языке, что было бы уместно в связи с историей происхождения компетентностного подхода. В основном, это классическая работа Блума 1956 года и несколько сведений о семинарах по Болонскому процессу. Впрочем, присутствие там двух наименований на немецком языке до некоторой степени искупает этот недостаток.

Однако эти замечания носят скорее характер пожеланий. Они, как и другие соображения, высказанные в нашем отзыве, ни в коей мере не могут влиять на общую оценку работы, которая оказывается в высшей степени положительной. Диссертация представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему, и отвечает требованиям п.9 - п.14 «Положения о порядке присуждении ученых степеней», утвержденном Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, а ее автор Плуженская Любовь Витальевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 – теория и методика профессионального образования (педагогические науки).

Отзыв подготовлен доктором филологических наук, профессором, профессором кафедры массовых коммуникаций Института гуманитарных наук Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

профессионального образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» Борисовой Еленой Георгиевной, обсужден и утвержден на заседании кафедры массовых коммуникаций Института гуманитарных наук Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» 2 июня 2014г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

ИГН ГБОУ ВПО МГПУ

Профessor, доктор исторических наук

В.А. Исаков

Исаков Владимир Алексеевич

129226 г. Москва 2-й Сельскохозяйственный пр. д.4

тел. 8499-1813610

isakov@mgpu.ru

Борисова Елена Георгиевна

129226 г. Москва -й Сельскохозяйственный пр. д.4

тел. 8499-1813610

borisovaeg@mgpu.ru

Сайт университета www.mgpu.ru

