

<https://doi.org/10.30853/pedagogy.2019.4.29>

Карнаухова Алена Амировна

**ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ
МАГИСТРАНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ "РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ" В
УСЛОВИЯХ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В статье актуализируется проблема развития профессиональных компетенций в информационной образовательной среде в условиях поликультурного пространства. Выявляются особенности образовательного процесса, организуемого кафедрой рекламы и связей с общественностью Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова в условиях цифровизации образования. Обосновывается идея реализации интегративного подхода, выделены и охарактеризованы активные технологии обучения, обеспечивающие реализацию интегративного подхода. Определен наиболее продуктивный метод обучения - проблемно-информационный.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/4/2019/4/29.html

Источник

Педагогика. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 4. Выпуск 4. С. 163-167. ISSN 2500-0039.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/4.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/4/2019/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: pednauki@gramota.net

Список источников

1. **Истомина О. Б.** Профессионально-образовательный статус: региональные особенности формирования // Проблемы социально-гуманитарного образования на современном этапе модернизации российской школы: материалы III Всероссийской науч.-практ. конф. (г. Барнаул, 1-2 ноября 2009 г.). Барнаул: Изд-во БГПУ, 2009. С. 110-117.
2. **Истомина О. Б.** Электронное портфолио обучающегося как средство оценки сформированности общих и профессиональных компетенций // Подготовка кадров для силовых структур: современные направления и образовательные технологии: сб. материалов XXII Всероссийской науч.-метод. конф.: в 2-х т. (г. Иркутск, 2-3 марта 2017 г.). Иркутск: Изд-во ВСИ МВД РФ, 2017. Т. 1. С. 184-187.
3. **Мониторинг образовательных и трудовых траекторий выпускников школ и вузов** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/org/projects/13315217> (дата обращения: 22.04.2018).
4. **Мониторинг трудоустройства выпускников** [Электронный ресурс]. URL: http://vo.graduate.edu.ru/#/?year=2015&year_monitoring=2016 (дата обращения: 22.04.2018).
5. **Об утверждении и введении в действие Порядка формирования портфолио обучающегося в ФГБОУ ВО «ИГУ»** [Электронный ресурс]: Приказ № 553 от 30.08.2017. URL: https://isu.ru/ru/about/umo/perehod_VPO/docs_norm_prav/O_formir_portfolio_30.08.17_553.pdf (дата обращения: 11.11.2019).
6. **Cocozza A.** Labour-market, education and lifelong guidance in the European Mediterranean countries // Italian Journal of Sociology of Education. 2014. Vol. 6. № 3. P. 244-269.
7. **Crew T.** Beyond graduation: The trajectories of graduates in North Wales // People, Place and Policy. 2015. Vol. 9. № 1. P. 29-47.
8. **Dusen B. V., Barthelemy R. S., Henderson Ch.** Educational trajectories of graduate students in physics education research [Электронный ресурс]. URL: <https://www.researchgate.net/publication/264708754> (дата обращения: 11.11.2019).
9. **Gaio A. M., Korhonen V.** Transitions and trajectories from higher education to work and back – a comparison between Finnish and Portuguese graduates // European Educational Research Journal. 2016. Vol. 15. № 6. P. 676-695.
10. **Governing the educational and labour market trajectories of secondary TVET graduates in Chile** [Электронный ресурс]. URL: http://www.tvetchile.org/wp-content/uploads/2017/10/TVETCHILE_Governing-the-educational-and-labour-market-trajectories-of-secondary-TVET-graduates-in-Chile.pdf (дата обращения: 11.11.2019).
11. **Stiwne E., Alves M. G.** Higher education and employability of graduates: Will Bologna make a difference? // European Educational Research Journal. 2010. Vol. 9. № 1. P. 32-44.
12. **Vuorinen-Lampila P.** Gender segregation in the employment of higher education graduates // Journal of Education and Work. 2014. Vol. 29. № 3. P. 284-308.

**YOUTH'S PROFESSIONAL AND EDUCATIONAL ORIENTATIONS
AS A FACTOR OF SOCIAL AND LABOUR RELATIONS**

Istomina Ol'ga Borisovna, Doctor in Philosophy, Associate Professor
Irkutsk State University
olgaistomina@mail.ru

The article analyses the problems of controlling the youth's professional and educational orientations as a factor of social and labour relations and unemployment in the region. The study focuses on analysing the youth's social strategies with a view to identify criteria for choosing educational and professional trajectories. The author justifies the necessity to monitor the youth's involvement in labour relations so as to solve staffing problems, to guarantee economic, demographic, sociocultural security in regions.

Key words and phrases: labour market; monitoring of involvement in labour relations; educational institution; professional and educational orientations; youth's labour trajectories; electronic informational educational environment.

УДК 378.14

Дата поступления рукописи: 15.09.2019

<https://doi.org/10.30853/pedagogy.2019.4.29>

В статье актуализируется проблема развития профессиональных компетенций в информационной образовательной среде в условиях поликультурного пространства. Выявляются особенности образовательного процесса, организуемого кафедрой рекламы и связей с общественностью Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова в условиях цифровизации образования. Обосновывается идея реализации интегративного подхода, выделены и охарактеризованы активные технологии обучения, обеспечивающие реализацию интегративного подхода. Определен наиболее продуктивный метод обучения – проблемно-информационный.

Ключевые слова и фразы: интегративный подход; информационная образовательная среда федерального вуза; реклама и связи с общественностью; проблемно-информационный метод; электронный проект.

Карнаухова Алена Амировна, к. пед. н., доцент
Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, г. Якутск
helmdeer@yandex.ru

**ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ
МАГИСТРАНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
В УСЛОВИЯХ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Стремительное развитие коммуникации в современном информационном обществе приводит к необходимости формирования новых профессиональных компетенций будущих специалистов в области общественных

коммуникаций. В контексте современных реалий требования к подготовке будущих магистрантов рекламы и связей с общественностью представлены уже в ФГОС 3++. Однако данный ФГОС не в полной мере удовлетворяет потребности работодателей, так как он не отражает все необходимые для практической деятельности компетенции. Специфика общественных коммуникаций Республики Саха (Якутия) заключается в том, что они функционируют в поликультурном пространстве. Жители Республики Саха (Якутия) одинаково владеют и используют в общении русский и якутский языки. На этом фоне возникают смешения лексических значений слов, образуются новые слова, складывается особое поликультурное пространство. В массовой коммуникации функционируют тексты со специфической лексикой и этимологией, характерной для региона.

В Северо-Восточном федеральном университете имени М.К. Аммосова г. Якутска (СВФУ) на базе кафедры рекламы и связей с общественностью было проведено исследование, цель которого заключалась в том, чтобы определить, какие профессиональные навыки необходимо развивать у студентов направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. В исследовании приняли участие 18 предприятий г. Якутска, специализирующихся на разработке рекламного и коммуникационного продуктов. Работодатели во время собеседования определяли наиболее актуальные для них компетенции, которыми должен обладать выпускник направления «Реклама и связи с общественностью». Результаты показали, что наиболее значимыми являются следующие компетенции: способность осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью в профессиональной сфере, организовать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях; способность планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, создавать, редактировать и размещать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, оценивать их эффективность.

В связи с этим появилась необходимость открытия на базе кафедры рекламы и связей с общественностью нового уровня обучения – магистратуры «Стратегические коммуникации» по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Стал **актуальным** вопрос разработки теоретического обоснования для повышения продуктивности образовательного процесса по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Поэтому **целью** данного исследования являются определение, теоретическое обоснование и проверка на практике наиболее продуктивного подхода развития профессиональных компетенций магистрантов направления «Реклама и связи с общественностью» в условиях поликультурного информационного пространства.

Для достижения цели были определены и решены следующие **задачи**:

1) обосновать применение интегративного подхода как наиболее продуктивного при развитии профессиональных компетенций магистрантов направления «Реклама и связи с общественностью» в условиях цифровой коммуникации;

2) проверить на практике выбранные педагогические приемы и методы реализации интегративного подхода при развитии профессиональных компетенций студентов направления «Реклама и связи с общественностью»;

3) проанализировать результаты внедрения в образовательный процесс интегративного подхода.

Научная новизна исследования заключается в том, что выявлен и апробирован наиболее продуктивный подход к формированию профессиональных компетенций магистрантов направления «Реклама и связи с общественностью» в условиях поликультурной цифровой коммуникации – интегративный.

Концептуальной идеей подготовки магистрантов стало внедрение интегративного подхода в организацию образовательного процесса на отделении рекламы и связей с общественностью филологического факультета Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, на базе которого апробировались основные формы и методы работы с обучающимися, направленные на совершенствование теории и практики коммуникационной подготовки в условиях поликультурной информационной среды.

В настоящее время информатизация высшего образования является традиционным процессом и не вызывает никаких сомнений [7; 9]. Необходимо также учитывать, что образовательная среда современного студента насыщена различными информационными технологиями, которые имеют свои особенности воздействия на коммуникацию [10-12].

Наиболее эффективным подходом к обучению в данной среде, по нашему убеждению, является интегративный подход, который основан на прямом взаимодействии с обучающей средой. По мнению Е. Е. Макаровой, в основе интегративного подхода лежит «интеграция образования, которая представляется как процесс сближения и объединения различных компонентов содержания образования, образовательных областей и учреждений, а также субъектов образовательного процесса» [6, с. 9]. И. А. Зимняя, Е. В. Зинцова [3] утверждают, что данный подход позволяет сочетать учебный и профессиональный опыт, системное мышление и социальное взаимодействие в процессе деятельности. В. Ф. Габдулахов, С. Н. Башинова, О. В. Яшина, И. В. Тараскина [2], М. Е. Серебровская [8] считают, что интеграция в образовании – это межпредметный синтез отраслевых научных знаний в учебной дисциплине. В процессе такого обучения студент является активным деятелем, он включён в работу, в которой проявляет имеющиеся знания.

Анализ теоретических источников, посвященных рассмотрению интегративного подхода в образовании, позволил нам уточнить его определение с позиции поликультурной информационной образовательной среды.

Интегративный подход – это комплекс педагогических приемов и методов, направленных на объединение и взаимопроникновение предметных областей в процессе межличностных взаимодействий обучающихся в условиях поликультурной информационной обучающей среды, способствующих формированию целостной картины мира у субъекта обучения и развитию у него необходимых компетенций.

Эффективность реализации интегративного подхода обеспечивается с помощью использования следующих активных технологий обучения: творческие задания в информационной образовательной среде организуются в аудиторной работе слушателей посредством самостоятельного составления практических задач по изученным темам, поиска практических примеров, разработки проектов, взаимодействия в малых группах; во внеаудиторной деятельности – посредством изучения электронных ресурсов, статистической информации, работы с профессионально-ориентированными текстами, организации взаимодействия с практиками. В основе научно-исследовательской деятельности обучающихся находится проектирование на различных уровнях: региональном, федеральном и международном. Организации эффективного взаимодействия обучающихся и преподавателей в процессе деятельности будет способствовать разработка методических материалов в системе онлайн-обучения, которая позволяет выстроить деятельность слушателей по интегративному принципу: разработка практических заданий и проектов смежных дисциплин, интерактивное обучение по предметам различных областей наук.

Следовательно, интегративный подход в обучении позволяет: 1) развивать потребности в самообразовании; 2) формировать креативные качества обучающихся; 3) совершенствовать способности к самоанализу и автодидактику.

Таким образом, выбор интегративного подхода в обучении обусловлен тем, что он позволяет управлять познавательной деятельностью обучающихся, формировать навыки исследовательской деятельности, обеспечивать индивидуальную траекторию обучения.

Кроме того, интегративный подход позволяет учитывать многообразие возможностей для развития личности в современной информационной образовательной среде федерального вуза, определять и корректировать индивидуальный маршрут развития обучающегося с учетом требований современного информационного общества [1; 4; 5; 13; 14].

Анализ выбранного подхода и инструментов его реализации в воспитательно-образовательном процессе дает основание утверждать, что развитие профессиональных компетенций магистрантов направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» в современной образовательной среде вуза будет успешным на основе:

- применения интегративного подхода;
- преемственности формирования профессиональных компетенций обучающихся в образовательной среде, обогащенной развивающими формами и методами обучения;
- поэтапного развития профессиональных компетенций с учетом особенностей воздействия информационной среды на обучающихся, выявления возможностей вуза и диагностики сформированности профессиональных умений;
- практико-ориентированности: активизация деятельности обучающихся посредством различных форм работы в информационной образовательной среде вуза (поиск информации в Интернет, презентации и публикации проектов, разработка веб-сайтов проектов, электронная переписка, участие в тематических форумах и чатах, работа с обучающими программами и электронными учебниками);
- диалогичности, которая проявляется в постоянном общении обучающихся в образовательной среде друг с другом, с педагогами, во внутреннем диалоге.

Нами определен ведущий метод реализации интегративного подхода к развитию профессиональных компетенций обучающихся в информационной образовательной среде вуза – интерактивный метод обучения. Он стал внедряться в рамках как аудиторных, так и внеаудиторных занятий на кафедре. Данный метод побуждает студентов к интенсификации мыслительной и практической деятельности. Внедрение интерактивного метода в процесс обучения студентов позволяет обеспечить развитие и саморазвитие личности обучающихся, способствует вовлечению их в решение проблем, максимально приближенных к профессиональным, расширяет и углубляет теоретические знания, а также развивает практические умения и навыки. Интерактивный метод мы реализовывали при помощи имитационных приемов (лекции-пресс-конференции, деловые и сюжетно-ролевые игры, тренинги, мастер-классы практиков) и неимитационных (проблемные лекции, эвристические беседы, учебные дискуссии, дебаты, конференции, круглые столы, конкурсы, создание сайтов, предметные олимпиады). Выбор данных приемов объясняется тем, что они позволяли продуктивно развивать профессиональные компетенции, востребованные работодателями отрасли в Якутске и регионе.

По нашему убеждению, работа с обучающимися по интерактивному методу позволяет подготовить современного специалиста, владеющего приемами организации эффективной коммуникации в информационной среде: организации работы в блогах и с блогерами, эмуляция дискуссий в блогосфере, интернет-реклама, разработка и поддержка корпоративного сайта проекта и др. Данный метод реализуется в рамках таких дисциплин, как «Креативные технологии», «Контент-маркетинг», «Маркетинговые коммуникации в бизнес-сфере», «Эффективные медиа в социально-культурной сфере» и др.

Также в образовательный процесс мы включили проектный метод, который помогает эффективно реализовывать интегративный подход, поскольку работа обучающихся над проектами основывается на применении знаний и умений, полученных в различных областях фундаментальных и прикладных наук. Целью проектной деятельности являются понимание и применение обучающимися знаний, умений и навыков, приобретенных при изучении различных дисциплин (на интегративной основе). Ведущая задача проектной деятельности в информационной образовательной среде – создание оптимальных возможностей для творческого развития слушателей и удовлетворение их запросов.

В процессе обучения слушатель является активным деятелем, который выбирает для себя определенную сферу для освоения конкретных профессиональных компетенций. Обучающийся включен в процесс работы, в котором он проявляет имеющиеся знания для развития новых профессиональных компетенций.

Интегративный подход применялся в процессе обучения магистрантов на кафедре рекламы и связей с общественностью СВФУ с 2017 по 2019 гг.

Нами были разработаны критерии оценки уровня развития профессиональных компетенций магистрантов направления «Реклама и связи с общественностью»:

1. Организационно-управленческая деятельность (ПК-1 – способен осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью в профессиональной сфере, организовать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях):

- высокий уровень: формулирует цели, распределяет рабочие задачи, функции и ресурсы, необходимые для реализации рекламной и PR-деятельности организации, разрабатывает календарный план создания коммуникационного продукта, назначает ответственных лиц и контролирует их деятельность, организует продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях;

- средний уровень: знает особенности управления рекламной и PR-деятельностью организации, технологии продвижения коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях; умеет осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью организации, планировать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях;

- низкий уровень: имеет представление об управлении рекламной и PR-деятельностью организации, продвижении коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях, однако не способен самостоятельно осуществлять стратегическое планирование в деятельности организации.

2. Проектно-аналитическая деятельность (ПК-2 – способен планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, создавать, редактировать и размещать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, оценивать их эффективность):

- высокий уровень: осуществляет медиапланирование рекламных и PR-кампаний, разрабатывает и редактирует рекламные материалы, спичи, PR-тексты, проводит оценку эффективности рекламных продуктов, спичей, PR-текстов;

- средний уровень: знает специфику медиапланирования рекламных и PR-кампаний, особенности редактирования рекламных и PR-текстов, методы оценки эффективности рекламных продуктов, PR-текстов; может планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, редактировать рекламные продукты;

- низкий уровень: имеет представление о медиапланировании рекламных и PR-кампаний, способах создания и редактирования рекламного продукта, о методах оценки эффективности рекламных продуктов, спичей, PR-текстов, однако не способен самостоятельно организовывать медиапланирование и проводить оценку эффективности рекламных продуктов.

Эффективность развития профессиональных компетенций у обучающихся наблюдалась при помощи контрольных точек и промежуточных аттестаций, творческих работ (сетевые проекты).

Результаты внедрения в образовательный процесс интегративного подхода позволяют сделать вывод о целесообразности его выбора и доказывают его эффективность в формировании и развитии у обучающихся профессиональных навыков работы в поликультурном информационном пространстве Республики. Нами было составлено и проведено анкетирование магистрантов направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» до внедрения в образовательный процесс интегративного подхода с активными методами обучения и после.

В анкетировании приняли участие 18 респондентов (Таблица 1).

Таблица 1. Результаты анкетирования магистрантов кафедры рекламы и связей с общественностью по выявлению уровня самооценки и сформированности профессиональных навыков

№	Вопросы анкеты	До эксперимента (18 респондентов)			После эксперимента (18 респондентов)		
		уровни			уровни		
		высокий	средний	низкий	высокий	средний	низкий
11.	Как Вы оцениваете свое умение реализовывать профессиональные проекты в области общественных коммуникаций?	2 (10%)	10 (56%)	6 (34%)	9 (47%)	7 (43%)	2 (10%)
42.	Насколько эффективно Вы можете выбирать и использовать информационные технологии при производстве рекламных и коммуникационных продуктов?	3 (21%)	10 (53%)	5 (26%)	13 (74%)	5 (26%)	0 (0%)
53.	Как Вы оцениваете свои профессиональные навыки?	3 (21%)	10 (53%)	5 (26%)	12 (68%)	6 (32%)	0 (0%)

Исследование до внедрения интегративного подхода в образовательный процесс показало, что студенты дают низкую или среднюю оценку своих профессиональных знаний и навыков в области общественных коммуникаций (высокий уровень – 21% студентов (3 человека), средний – 53% студентов (10 человек), низкий – 26% студентов (5 человек)).

После внедрения в обучение интегративного подхода в условиях информационной образовательной среды вуза показатели увеличились. Так, высокий уровень умений реализовывать профессиональные проекты

в области медиакоммуникаций показали 12 респондентов (68%), средний – 6 (32%), низкий – 0 (0%). Низкий уровень навыков эффективной работы с информационными технологиями и своей профессиональной самооценки не показал ни один из респондентов.

Полученные результаты позволили сформулировать следующие **выводы**:

– реализация интегративного подхода в подготовке магистрантов коммуникационных направлений позволяет развивать навыки осуществления эффективного взаимодействия с целевой аудиторией в поликультурной среде региона;

– эффективная организация деятельности магистрантов в информационной образовательной среде возможна при выполнении следующих условий: 1) применение интегративного подхода; 2) преемственность формирования профессиональных компетенций обучающихся; 3) поэтапное развитие профессиональных компетенций с учетом особенностей воздействия информационной среды на обучающихся; 4) практико-ориентированность; 5) диалогичность;

– учет современных реалий в требованиях к специалисту в области рекламы и связей с общественностью, использование проектно-информационного метода в процессе обучения способствуют развитию в течение обучения конкурентоспособного специалиста в области общественных коммуникаций, обладающего навыками работы в интернет-пространстве не только Республики Саха (Якутия), но и за ее пределами.

Список источников

1. Барамзина С. А. Концепция педагогических средств образования и модель как форма её реализации // Интеграция образования. 2014. Т. 18. № 3 (76). С. 108-114.
2. Габдулахов В. Ф., Башинова С. Н., Яшина О. В., Тараскина И. В. Интегративные механизмы повышения эффективности учебно-методического взаимодействия преподавателя и студента // Интеграция образования. 2018. Т. 22. № 2 (91). С. 248-259.
3. Зимняя И. А., Зинцова Е. В. Интегративный подход к оценке единой социально-профессиональной компетентности выпускников вуза // Высшее образование сегодня. 2008. № 5. С. 14-19.
4. Иванова Н. Л., Попова Е. П. Профессионалы и проблема внедрения инноваций в вузе // Вопросы образования. 2017. № 1. С. 184-206.
5. Колчина Н. О., Де Мартино М. Маркетинговые инструменты продвижения инноваций в системе высшего образования // Интеграция образования. 2016. Т. 20. № 2 (83). С. 176-187.
6. Макарова Е. Е. Содержание и структура интегративного подхода в высшем профессиональном образовании // Интеграция образования. 2008. № 3 (52). С. 8-11.
7. Семенюк Э. П. Информатизация общества, культура, личность // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. 1993. № 1. С. 6-14.
8. Серебровская М. Е. Интегративный подход к обучению будущих специалистов-менеджеров в системе высшего профессионального образования // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2011. № 3 (19). С. 131-137.
9. Смолин Д. В. Введение в искусственный интеллект: конспект лекций. М.: Физматлит, 2004. 208 с.
10. Талызина Н. Ф. Психолого-педагогические основы автоматизации учебного процесса // Психолого-педагогические и психофизические проблемы компьютерного обучения: сб. науч. тр. М.: Изд-во АПН СССР; МГУ, 1985. С. 15-26.
11. Туриева С. М. Возможности современных информационных технологий в совершенствовании самостоятельной работы студентов // Сибирский педагогический журнал. 2010. № 7. С. 203-211.
12. Урсул А. Д. Становление информационного общества и модель опережающего образования // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. 1997. № 2. С. 1-11.
13. Янушек Я. Социально-психологические проблемы диалога в процессе сотрудничества между людьми. М.: Наука, 1972. 178 с.
14. Ястребцева Е. Н., Быховский Я. С. Моя провинция – центр Вселенной: развитие телекоммуникационной образовательной деятельности в регионах. М.: Федерация интернет-образования, 2001. 240 с.

INTEGRATIVE APPROACH TO DEVELOPING PROFESSIONAL COMPETENCES OF MASTER'S DEGREE STUDENTS OF "ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS" DIRECTION UNDER CONDITIONS OF MULTICULTURAL DIGITAL COMMUNICATION

Karnaikhova Alena Amirovna, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk
helmdeep@yandex.ru

The article actualizes the problem of developing professional competences in informational educational environment under the conditions of multicultural space. The author describes peculiarities of educational process at the Department of Advertising and Public Relations of M.K. Ammosov North-Eastern Federal University under the conditions of education digitalization. The paper justifies the necessity of the integrative approach, identifies and characterizes active learning technologies providing realization of the integrative approach. Problem-based informational teaching is considered the most productive one.

Key words and phrases: integrative approach; informational educational environment of federal higher education establishment; advertising and public relations; problem-based informational teaching; electronic project.