

Заседание Учебно-методического совета (УМС) по направлению «Реклама и связи с общественностью»

25 ноября в рамках III международной научно-практической конференции «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике» в институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ прошло заседание учебно-методического совета по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Главной темой обсуждения стал вопрос об обновлении образовательных программ российских ВУЗов. Открыла встречу проректор Санкт-Петербургского государственного университета по учебно-методической работе Марина Юрьевна Лаврикова. Она рассказала о том, каким образом внедрение новых стандартов профессионального образования может решить проблему, связанную с рынком труда: «Выпускники ВУЗов должны соответствовать требованиям работодателей. Те навыки, умения, которые необходимы в профессиональной деятельности, должны быть ориентиром для системы образования». Проректор пообещала, что учебно-методический совет разработает новую систему профессиональных стандартов в довольно короткие сроки: «Закон о введении новых стандартов образования вступит в силу летом 2016 года. Мы должны быть готовы к этому времени. Я надеюсь, что единение наших усилий поможет в разработке стандартов «Четвёртого поколения».

Анатолий Степанович Пую, председатель учебно-методического совета по направлению «Реклама и связи с общественностью», добавил: «Нужно понимать, что медиарынок меняется, люди, которые к нам приходят учиться, меняются. Мы должны разработать такую систему образования, чтобы опережать развитие рынка хотя бы на пять минут».

Юлия Борисовна Грязнова, исполнительный директор Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО), в своей работе рассмотрела профессиональный стандарт в качестве площадки для эффективного диалога работодателей и образования. По её словам, для объективной оценки профстандартов нужно использовать мнение большой общественной группы, проводить так называемый “crowdsourcing”. Спикер, ссылаясь на данные опроса, в котором приняли участие 200-300 организаций, выделила несколько обобщенных трудовых функций, которые должны развивать студенты в рамках новой образовательной программы: это развитие человеческого капитала, личностная самоорганизация, разработка коммуникационной стратегии, анализ информации, управление проектами, создание контента, организация публичных коммуникаций – реализация коммуникативной стратегии. Также Юлия Грязнова представила аудит для представителей образовательных организаций, который включал в себя вопросы о перечне компетенций в учебном плане для каждого уровня образования – бакалавриата, магистратуры или образования за пределами учебного заведения. Цель аудита – выявить минимум компетенций, которые нужно развивать в рамках нового стандарта образования.

Декан факультета рекламы Московского гуманитарного университета Александр Дмитриевич Бородай поддержал Юлию Грязнову в том, что каждый студент должен иметь индивидуальную профессиональную траекторию, так как специализации соответствует свой набор компетенций. «Каждый студент должен быть с мечтой, у него должно быть желание овладеть каким-либо направлением».

Для реализации этого проекта Александр Бородай предложил на первом курсе построить программу для введения в индустрию коммуникации, на втором курсе предоставить право выбора направления, некоторой индивидуальной специализации посредством практики, выполнения курсовых, участие в конференциях, а на третьем и четвёртом курсах продолжать деятельность в выбранном русле. Оптимальный вариант – выпуск студента не только с дипломом, но и с портфолио. «Для этого мы планируем создать учебно-методическую лабораторию по принятию и консолидации опыта» - рассказывает декан факультета рекламы Московского гуманитарного университета.

Наличию портфолио уже давно уделяется внимание в некоторых ВУЗах при приеме в магистратуру, однако у присутствующих тут же возник вопрос: как поступить в магистратуру без наличия соответствующего образования в бакалавриате и опыта работы в данной сфере? «В Риге в таких случаях проводится амортизационный семестр с модулями для новичков», - делится опытом Всеволод Яковлевич Качан, профессор, доктор философии.

Также участники заседания обсудили вопрос о введении в школьную программу предметов области коммуникации. Ирина Юрьевна Чернявская: «В нашей стране отсутствует репутационная культура. Между тем, её, как и другие отрасли культуры, нужно воспитывать. Я предлагаю ввести основы репутационной политики в курс образования».

Не менее важной стала тема о переименовании специальности «Реклама и связи с общественностью» в более обобщенный термин. Всеволод Яковлевич Качан рассказал о программе объединения программ в широкие направления, как например направление PPE (Philosophical, politic, economic) и предложил название «Информационно-коммуникативные науки». Термин «Стратегические коммуникации» выдвинула на рассмотрение Людмила Азарова, представитель Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета.

Итогом заседания стал план действий по внедрению новых стандартов образования, в составлении которого примут участие все члены встречи. В апреле 2016 года в Санкт-Петербургском государственном университете состоится следующая встреча членов учебно-методического совета по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Пост-релиз подготовила: Марина Решетова