

3. Необходимо использовать все возможности устного и письменного общения с зарубежными коллегами и с другими носителями языка.
4. Свой собственный профессиональный опыт необходимо передавать без посреднических услуг переводчиков.
5. Для качественного выполнения перевода кроме профессиональных словарей необходимо использовать полученный в ходе обучения опыт в разумном сочетании.
6. Возможность постоянного доступа к информационному полю и его неограниченность во времени и пространстве – путь к постоянной осведомленности о последних изменениях и современных тенденциях развития в требуемой области науки и техники [ 1,2].

Некоторые итоги проведенного эксперимента позволяют сделать следующие выводы:

1. Для обучения профессиональному иностранному языку требуются преподаватели, имеющие, кроме владения языком, опыт инженерной деятельности.
2. Дистанционные технологии в совокупности с активизирующими методиками обучения являются адекватной заменой преподавателей, при условии высокой мотивации обучаемых.
3. Дистанционные технологии дают возможность использовать все форматы практического занятия: аудирование, ролевые игры, видеокурсы, привнося в обучение эффект новизны и привычную Интернет-среду молодежного общения.

Библиографический список

1. Русско-английский словарь фраз и словосочетаний для университетов с преподаванием на английском языке / Под редакцией Г.В. Мерхелевича. – 2-е изд., испр. и доп. – Донецк, ЧП АРПИ, Украина, 2009. – 1042с
2. Настольная книга преподавателя / Под редакцией Г.В. Мерхелевича. – 2-е изд., испр. и доп. – Донецк, ЧП АРПИ, Украина, 2009. – 1042с.

УДК 378.126

## ПРОГНОЗНАЯ МОДЕЛЬ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Родина А.И., ведущий программист**

*(Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)*

Введение образовательных стандартов третьего поколения (ФГОС СПО) ставит перед вузами ряд проблем по выполнению их требований, среди которых выделяется проблема внедрения методов и технологий обучения, обеспечивающих процесс формирования у студентов профессиональных компетенций.

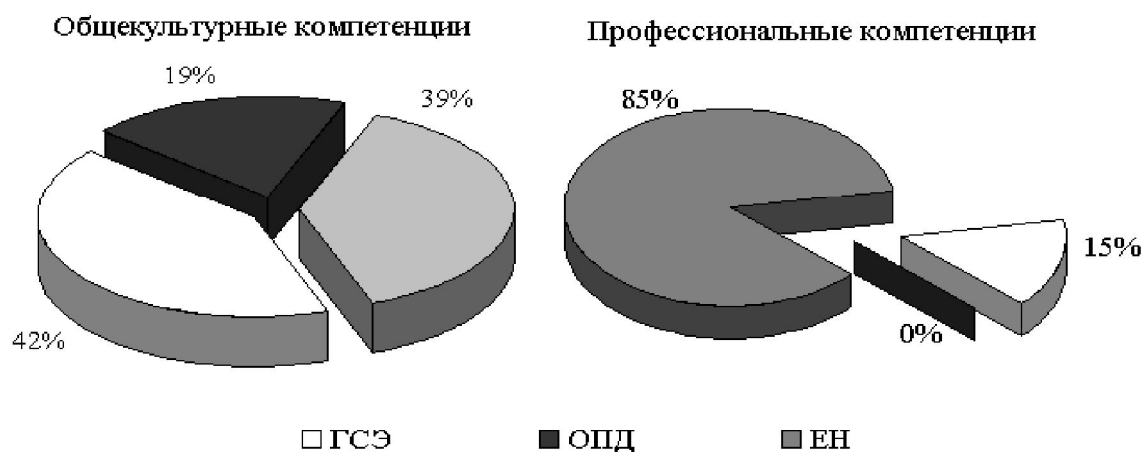


Рисунок 1 - Распределение компетенций

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата по направлению подготовки 031600 – «Реклама и связи с общественностью» предусматривает изучение следующих учебных циклов:

- гуманитарный, социальный и экономический циклы (ГСЭ);
- математический и естественно-научный цикл (ЕН);
- профессиональный цикл (ОПД).

Каждый учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую вузом. На рис. 1 приведена схема распределения компетенций в учебном цикле основной образовательной программы. Основная часть общекультурных компетенций - 42%, приходится на гуманитарный, социальный и экономический циклы, 39% математический и естественно-научный цикл, 19% относится к профессиональному циклу. В профессиональных компетенциях - 85% естественно-научный цикл, 15% гуманитарный, социальный и экономический циклы, 0% профессиональный цикл (вариативная составляющая образовательной программы) [1]. Для удобства проектирования вузовской основной образовательной программы (ООП) общекультурные компетенции подразделяются на общенаучные, инструментальные и социально-личностные, а профессиональные разделяются по видам деятельности и профилю (или специализации).

При формировании компетенций в области информационно-коммуникационных технологий выпускников-рекламистов необходимо более подробно рассмотреть следующие компетенции

- Владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличие навыков работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12).

- Способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

- Владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования и копирайтинга (ПК-6).

- Умение готовить и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14).

- Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24).

- Способность организовывать подготовку и распространение к рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Анализ значимости компетенций необходимо проводить регулярно, для того чтобы своевременно, на основе изменяющихся потребностей рынка труда, производить коррекцию качества подготовки выпускников. Актуализировать требования к компетентности выпускников со стороны работодателей и других заинтересованных сторон можно с помощью прогнозной модели специалиста. Прогнозная модель помогает получить информацию о возможных состояниях объекта в будущем и (или) путях и сроках их осуществления. Актуальность каждой компетенции выпускника определяется в ходе исследования прогнозной модели специалиста [2].

Прогнозная модель специалиста - перечень общекультурных и профессиональных компетенций (в соответствии с ФГОС ВПО), обеспечивающих выпускнику востребованность на рынке труда, компетентность и способность на высоком уровне выполнять свои профессиональные обязанности, а также своевременную адаптацию в быстро меняющихся условиях современного производства. С целью определения профессиональных компетенций в области ИКТ-технологий у выпускников-бакалавров специальности «Реклама и связи с общественностью» проведено анкетирование специалистов и работодателей в области рекламы и PR.

Анкетирование — метод письменного опроса, подробно разработанный в социологии. В настоящее время оно широко используется в педагогических исследованиях, в частности, в социальной педагогике. Достоинства анкетирования: оно позволяет в сравнительно короткий срок получить много информации. Его данные можно подвергнуть количественному анализу, обратившись к статистическим методам, использовать вычислительную технику. Так будет получена обобщенная картина педагогического явления.

Различают три уровня ИКТ компетенций:

1. Начальный - способность использовать средства офисной работы: подготовка текстов, расчёты в электронных таблицах, подготовка презентаций, способность осуществлять информационный обмен, используя E-mail.

2. Базовый - способность использовать информационные технологии высокого уровня в заданной предметной области для достижения профессиональных целей (описание предметной области, описание бизнес-процессов, описание бизнес-функций, описание организационной структуры, анализ данных с использованием высокоуровневых инструментов, информационное взаимодействие с другими членами информационного сообщества с использованием Web-инструментов.

3. Профессиональный - способность использовать информационные технологии в заданной предметной области для управления профессиональными знаниями: формализация знаний, их извлечение, передача и загрузка, интеллектуальный анализ данных с использованием хранилищ, коммерциализация знаний (создание продукта), инновация знаний [3].

Разработанная нами методика оценки важности компетенций включает два этапа: сбор информации путем проведения мониторинга и обработка полученных результатов с целью установления важности компетенций и их ранжирования. В качестве основных респондентов выступают работодатели и выпускники, имеющие стаж работы в рекламе и PR: обладатели компетенций, полученных в ходе освоения ООП по данному направлению при соответствующем уровне подготовки.

Таблица 1 - Результаты анкетирования работодателей

Компетенции	Разделы	Сумма ответов в десяти бальной системе										Сред. балл
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ОК12	Иметь основные навыки использования компьютера.	1	0	0	0	10	0	14	48	45	220	8,89
ПК24	Уметь создавать документацию в текстовом процессоре.	0	2	0	4	15	6	7	72	54	160	8,42
	Уметь составлять медиаплан.	1	0	0	4	25	18	28	8	36	190	8,16
	Уметь составлять отчетную документацию	0	0	3	0	10	6	7	24	45	250	9,08
ПК28	Проводить рекламные кампании и маркетинговые исследования	1	2	0	4	10	0	42	56	18	180	8,24
ПК6	Уметь использовать программы для ведения деловой переписки.	1	2	0	0	15	12	7	32	72	180	8,45
ПК14	Умение работать с презентациями	1	0	3	4	10	6	14	48	99	130	8,29
ОК13	Знать способы продвижения рекламы в сети Интернет.	1	0	3	0	10	6	21	56	54	170	8,45

В табл. 1 приведены результаты анкетирования работодателей (важность владения компетенцией оценивалась по десятибальной шкале).

Анализ предварительного мониторинга среди специалистов в области рекламы позволил разработать на её основе централизованное хранилище данных, состоящее из следующих баз: «Выпускники», «Руководители рекламных структур», «Статика» и «Отчеты».

В стандарте бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» не включено изучение информационно-коммуникационных технологий, касающихся профессиональной деятельности выпускника – рекламиста, а, значит, данный раздел является вариативной (профильной) частью, которая остается на рассмотрение вузом. Предварительный опрос респондентов помог определить область необходимых знаний выпускнику.

В результате анализа проделанной работы скорректирована анкета для определения важности изучения различных областей информационных технологий с учетом профессиональной области работы будущего бакалавра. В неё включены вопросы изучения следующих разделов:

- устройство компьютера, использование съемных носителей информации;
- основные навыки работы на компьютере;
- использование текстовых редакторов;
- редакторы электронных таблиц;
- создание презентаций;
- умение работать в текстовых редакторах;
- использование Интернет-технологий для продвижения товаров и услуг.

Получение прогнозной модели специалиста поможет вузам корректно разработать вариативную часть образовательной программы для обучения специалистов в соответствии с требованиями рынка.

#### Перечень ссылок

1. Родина А.И. «Кейс-методы в системе профессионального обучения» // Инновационное проектирование содержания учебного процесса в образовательных учреждениях профессионального образования – г. Азов, 2011
2. Бульбович Р.В., Зайцев Н.Н., Столбова И.Д. Анализ компетенций выпускника высшей школы в области аэрокосмической техники // Инновации в образовании. – 2010. № 04. С. 4-15.
3. Швей В.И. Принципы формирования ИКТ-компетенций для экономики, основанной на знаниях // Методологический семинар Дистанционное обучение в информационном обществе: зарубежный и отечественный опыт. 07.12.10. URL: [http://distant.ioso.ru/seminar\\_2010/conf.htm](http://distant.ioso.ru/seminar_2010/conf.htm)
4. Сайт Центра дистанционного обучения и повышения квалификации ДГТУ <http://de.dstu.edu.ru>

УДК 37.022

### **ДИСТАНЦИОННАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ТЕОРИЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Обухов П.С., доц., Ph.D.; Обухова Е.Н., аспирант**

*(Донской государственной технической университет, г.Ростов-на-Дону, Россия)*

Как известно процедура Интернет-тестирования делится на две основные части – это обучение и оценка знаний студентов [1]. В зависимости от этого меняются и методы проведения тестирования. В любом случае важную роль играет система формирования испытательных материалов, от эффективности которой существенно зависит качество образования. Разработка