

Засоби забезпечення практикоорієнтованості підготовки фахівців з реклами і PR у сучасному університеті

Яненко Я. В.

доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та філології
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

Сучасна реклама і PR є бізнесом, який швидко реагує на запити інформаційного ринку. Постійно з'являються нові засоби рекламної комунікації, тож роботодавці (підприємства, рекламні та PR-агентства тощо), потребують кваліфікованих співробітників, здатних застосовувати в своїй роботі найефективніші технології. Відповідно, у навчанні майбутніх фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю важливим є акцент на практичну підготовку, на формування і розвиток у студентів реальних умінь і навичок, які вони зможуть використати у майбутній професійній діяльності. Саме це ми й розуміємо під практикоорієнтованістю навчання.

Мета роботи – визначити засоби забезпечення практикоорієнтованості підготовки фахівців з реклами і PR на прикладі освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» у Сумському державному університеті. Для досягнення поставленої мети необхідно охарактеризувати особливості практикоорієнтованих навчальних завдань; відзначити спрямованість мультимедійних творчих проєктів на формування та розвиток практичних умінь і навичок; з'ясувати роль підготовки та захисту дипломної роботи у формуванні майбутніх фахівців.

Практикоорієнтовані навчальні завдання охоплюють певну кількість теоретичного і практичного матеріалу, для їх вирішення студентам необхідно продемонструвати творчий підхід і використати вже набуті теоретичні знання та практичні вміння з фахових дисциплін. Варто відзначити пріоритет

креативної складової у виконанні подібних завдань, тож головним для студентів стає створення авторського контенту (текст, фотографія, комп'ютерний макет, інфографіка, сторінка у соціальній мережі, сайт тощо).

Виконання практикоорієнтованих навчальних завдань дозволяє студентам використовувати теоретичні знання на практиці, вільно орієнтуватися в сучасних рекламних прийомах, аналізувати досвід успішної діяльності рекламистів минулого, створювати ефективні рекламні та PR-тексти, призначені для поширення в різних ЗМІ тощо.

Сучасного фахівця у сфері реклами і PR важко уявити без навичок створення візуальних комунікацій (повідомлення для соціальних мереж тощо). На цей час існує багато безкоштовних інтернет-ресурсів, за допомогою яких можна створити різноманітні візуальні рекламні і PR-матеріали, наприклад Canva, Crello тощо.

Проте, вміння фахівця працювати із спеціалізованими програмами для обробки тексту й зображень при створенні сучасних медіа-продуктів, відкривають йому більше можливостей для працевлаштування та кар'єрного зростання, адже роботодавцями цінуються «універсальні» фахівці, здатні одночасно виконувати функції, наприклад, дизайнера та менеджера з реклами. Тож студенти освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» у СумДУ вивчають і застосовують при підготовці навчальних завдань графічні редактори CorelDraw, InDesign, Photoshop тощо.

Про те, що сучасний медіа-продукт має поєднувати у собі різні мультимедійні технології, пишуть О. Ткаченко та О. Садовнікова: «в умовах, коли глобалізаційні процеси охопили медіапростір, спостерігається тенденція до конвергенції засобів масової інформації, яка передбачає тісну взаємодію, взаємопроникнення і взаємовплив раніше функціонально незалежних медіа-продуктів і ринків» [1, с. 3]. Тож важливою складовою практикоорієнтованого навчання майбутніх фахівців з реклами і PR є підготовка ними мультимедійних творчих проєктів.

Г. Горбенко відзначає важливість заходів, у межах яких «студентам надається практичний досвід створення бізнес-концепцій, що забезпечується доступом до необхідних ресурсів та інструментарію» [2, с. 68]. Відповідно, для отримання студентами відгуків на створені проекти від рекламистів-практиків, у СумДУ на захист творчих проектів запрошують директорів провідних рекламних агентств регіону. Це дає можливість студентам презентувати себе майбутнім роботодавцям (у цих рекламних агентствах студенти згодом проходять навчальну практику та стажування, розпочинають свою професійну діяльність тощо).

Провідним засобом формування майбутніх фахівців є підготовка та захист ними дипломних робіт, які у студентів освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» у СумДУ носять переважно творчий характер, коли здобувачем ступеня «бакалавр» на захист перед екзаменаційною комісією вноситься інформаційний продукт або проект. При цьому «інформаційний продукт (проект) є добіркою рекламних та/або PR-матеріалів (реklamних і PR-текстів, ескізів, макетів, фотографій, аудіо- і відео-роликів, сценаріїв PR-заходів, проектів рекламних та PR-кампаній, іншої рекламної або PR-продукції)» [3, с. 14].

Висновки. У нашій роботі визначено засоби забезпечення практикоорієнтованості підготовки фахівців з реклами і PR на прикладі освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» у Сумському державному університеті, зокрема: виконання практикоорієнтованих навчальних завдань у процесі вивчення фахових дисциплін; розробка мультимедійних творчих проектів як чинник формування та розвитку практичних умінь і навичок; підготовка та захист дипломної роботи, основою якої є інформаційний продукт (проект) у сфері реклами і PR.

Відповідно, результати виконання студентами різноманітних практикоорієнтованих навчальних проектів стають частиною професійних студентських портфоліо, що використовуються у процесі пошуку роботи та допомагають майбутнім фахівцям гідно презентувати себе на ринку праці.

Література:

1. Ткаченко О. Г., Садовнікова О. П. Нові обрії журналістської освіти. *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти*: матеріали XIII міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 11–12 травня 2017 р.). Суми: Сумський державний університет, 2017. С. 3–5.

2. Горбенко Г. В. Практико-орієнтоване навчання в підготовці бакалаврів реклами і зв'язей з громадськістю. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2015. № 4 (45). С. 64–69.

3. Ткаченко О. Г., Яненко Я. В., Сидоренко О. П. Методичні вказівки з підготовки до атестаційного кваліфікаційного іспиту та оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю». Суми: СумДУ, 2019. 27 с.

Яненко Я. В. Засоби забезпечення практикоорієнтованості підготовки фахівців з реклами і PR у сучасному університеті // «Educational process and its dynamics in journalism, advertising and PR in Ukraine and EU countries» : Scientific and pedagogical intership, 06.09-17.10.2021. – Riga, Latvia : «Baltija Publishing». – С.15–18.