

14. *Gołos, J. Polsko-rosyjskie kontakty muzyczne w muzyce świeckiej do końca XVIII w. / J. Gołos // Polsko-rosyjskie miscellanea muzyczne. – Kraków, 1967. – S. 22.*

15. *Muzyczne silva rerum z XVII wieku. Rękopis 127/56 Biblioteki Jagiellońskiej / J. Gotos, J. Stęszewski, Z. Stęszewska. – Kraków : Polskie Wydawn. Muzyczne, 1970. – 206 s.*

Ю. В. Мицкевич,

*кандидат педагогических наук,
доцент кафедры межкультурных
коммуникаций*

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ

Эффективность деятельности будущих специалистов в области рекламы во многом зависит от демонстрации профессиональных компетенций. В Белорусском государственном университете культуры и искусств на кафедре межкультурных коммуникаций с 1 сентября 2013 г. осуществляется подготовка культурологов-менеджеров по специализации «менеджмент рекламы и общественных связей».

В рамках традиционной системы образования студенты, которые выбрали специализацию «менеджмент рекламы и общественных связей», изучают следующие дисциплины: «Рекламный менеджмент в социокультурных институтах», «Теория и практика рекламной деятельности», «Медиапланирование», «Технологии копирайтинга», «Современные технологии рекламы и связей с общественностью», «Организационное обеспечение связей с общественностью», «Особенности функционирования пресс-службы», «Психологические основы рекламной коммуникации в социокультурном пространстве», «Рекламные технологии в социально-культурной сфере», «Реклама в сфере культуры» и др.

В настоящее время все большую актуальность для молодежи приобретает активный, целеустремленный, осознанный подход к обучению, когда с одной стороны студенты мечтают побыстрее стать востребованными в профессии, участвуют в

творческих проектах, посещают мастер-классы, а с другой – постигают основы «тайм-менеджмента». Самоорганизованность, гибкость мышления, степень мотивации молодежи в приобретении знаний и умений определяют характер взаимоотношений с социальным окружением, а также рациональность использования такого капитала, как время.

Системное мышление как важный инструмент в решении образовательных проблем становилось объектом исследований Д. Медоуз [7], А. Д. Король [6], Б. Трейси [8]. Вопросы повышения личной эффективности в профессиональной деятельности посвящены работы К. Араоса [1], А. К. Болотовой [3], Р. Коннора [5]. Сформулированы практические рекомендации по развитию лидерских качеств и управленческих компетенций А. Богач [2]. Однако до настоящего времени не проводилось детального изучения перспектив формирования профессиональных компетенций будущих специалистов в области рекламы.

На наш взгляд, в современных социально-культурных условиях особое значение приобретает такая роль специалиста в области рекламы, как ученик. Процесс постоянного саморазвития предполагает прежде всего самопознание, что позволяет выстроить гармоничные взаимоотношения с окружающими, быть естественным, искренним в действиях и поступках.

Интересным представляется мнение ректора Белорусского государственного университета А. Д. Короля, который считает, что «существует огромный потенциал молчания как компетентности, во время которого ученик рождает свои новые смыслы, знания, вопросы» [6]. Действительно, на наш взгляд, молчание – время для творчества, трансформации смыслов, кристаллизации мыслей, что ведет ученика к открытию объектов окружающего мира через самопознание – формированию личности.

Специфика рекламной деятельности в социокультурной сфере, приоритеты и ценности профессионального сообщества определяют наличие у специалистов таких видов компетенций, как ценностно-смысловая, познавательно-методическая, вербальная и невербальная, индивидуально-творческая, персонального саморазвития.

Еще 1965 г. Н. Хомский вводит в научный оборот понятие «компетенция» применительно к трансформационной грамма-

тике и теории обучения языкам. На этой базе начинает формироваться ориентированное на компетенции образование (competence – based – education – CBE).

Компетенция – знания, умения и опыт, необходимые для решения теоретических и практических задач. Понятие «компетенция» мы трактуем как интегральный результат образовательной подготовки студентов в области рекламы.

Авторская компетентностная модель специалиста в области рекламы характеризуется единством мотивационно-деятельностного, интеллектуально-информационного, коммуникативного, креативного, социально-психологического компонентов. Целостность компетентностной модели проявляется в синергетическом взаимодействии ее структурных компонентов.

Так, например, о том, что у специалиста в области рекламы сформированы вербальные компетенции, свидетельствуют следующие умения:

- уверенно излагать аргументы в пользу объекта рекламирования;
- лаконично выражать мысли;
- грамотно выстраивать слова в предложении;
- заинтересовывать аудиторию ответом на возражения, сформировать аттракцию и др.

Невербальные компетенции специалиста в области рекламы, на наш взгляд, легко оцениваются по таким маркерам, как осанка, взгляд, рукопожатие, расположение в пространстве, артистичность, которые зависят от внутренних установок (самооценки) личности.

Преподаватели кафедры межкультурных коммуникаций уделяют большое внимание формированию у студентов компетенций ценностно-смысловой и персонального саморазвития. Так, постоянно организовываются мастер-классы с известными практикующими специалистами в области рекламы и PR: П. Фоминым, К. Воробьем, Д. Лысковец, А. Авериной, В. Крутько, Н. Николаевым, Д. Трусило, Д. Мисюлей, Ю. Головиной, Ю. Ляшкевич и др. Знакомство с историей их успеха, разбор удачных кейсов рекламных и PR-кампаний, дизайнерских решений позволяет студентам обогатить свои знания, укрепить личностную мотивационную основу. Первый боксер за всю историю бокса, который стал чемпионом мира в сред-

нем весе, Р. Л. Джонс справедливо утверждал: «Нельзя вернуться в прошлое и изменить свой старт, но можно стартовать сейчас и изменить свой финиш» [4].

Таким образом, перспективы формирования базовых компетенций будущих специалистов в области рекламы заключаются в следующем:

- способствуют самореализации личности;
- являются камертоном в профессиональной деятельности;
- демонстрируют культуру труда;
- свидетельствуют о соматическом (физическая подтянутость, рациональное времяпровождение) и психическом (доброжелательность, неконфликтность) здоровье;
- позволяют обозначить нравственные (добро, справедливость, трудолюбие) и эстетические (художественная взыскательность) ориентиры;
- свидетельствуют о готовности личности к выполнению функциональных обязанностей;
- являются мощным ресурсом эффективных нововведений в профессиональной деятельности.

1. *Араос, К.* Окружи себя лучшими / К. Араос. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 256 с.

2. *Богач, А.* Лидерство и руководство. Развитие управленческих компетенций / А. Богач, Г. Новикова. – СПб. : БХВ-Петербург, 2016. – 224 с.

3. *Болотова, А. К.* Психология коммуникаций / А. К. Болотова. – М. : Высш. шк. экономики, 2015. – 496 с.

4. Живи со смыслом [Электронный ресурс] // socratify.net. – Режим доступа: <https://socratify.net/quotes/roi-dzhons/249086>. – Дата доступа: 06.02.2020.

5. *Коннорс, Р.* Принцип Oz: достижение результатов через персональную и организационную ответственность / Р. Коннорс, Т. Смит, К. Хикман. – М. : Альпина, 2019. – 288 с.

6. *Король, А. Д.* Молчание в обучении: методологические и дидактические основы / А. Д. Король // Педагогика. – 2019. – № 4. – С. 5–15.

7. *Медоуз, Д.* Азбука системного мышления / Д. Медоуз. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с.

8. *Трейси, Б.* Обновление. Пошаговый план личного развития / Б. Трейси. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 156 с.