

© В.А. Виниченко

Научная статья

УДК 378.147.88

DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.3.44>

## КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОЕКТНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В.А. Виниченко

### **Виниченко Вера Афанасьевна,**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет, Северо-Восточный федеральный университет, Якутск, Россия.

РИНЦ SPIN-код: 8275-2127

ORCID iD: 0000-0002-2928-3644

vera\_vinichenko@mail.ru

**Аннотация.** *Проектирование является одним из основных видов деятельности бакалавра по рекламе и связям с общественностью, что отражено в федеральном государственном образовательном стандарте. Опыт проектной деятельности студента особенно значим при поиске места работы. Каждый работодатель проявит заинтересованность в сотруднике, который участвовал или самостоятельно разрабатывал, организовывал в годы учебы проекты разного масштаба. В этом случае компетентному сотруднику можно будет доверить реализацию какого-либо ответственного проекта. Совершенствование проектной компетенции, которая относится к роду профессиональных компетенций, осуществляется на протяжении всех лет обучения в рамках разных учебных дисциплин на базе компетентностного подхода. Студенты придумывают и создают актуальные и интересные рекламные и PR-проекты, связанные с решением разных социальных проблем. Целью работы является представление компетентностно-ориентированных заданий, направленных на формирование проектной компетенции бакалавров по рекламе и связям с общественностью при изучении предмета «Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе». Основными методами исследования являлись анализ, сравнение, обобщение и синтез источников специальной литературы. Результаты исследования могут быть использованы при обучении студентов или в учебно-методической работе преподавателей. Новизна работы состоит в том, что впервые была предпринята попытка разработки компетентностно-ориентированных заданий по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», способствующих развитию проектной компетенции ПК-2, направленных на решение проблем в межнациональном общении. Повышение уровня освоения проектной компетенции обучающимися возможно при практике внедрении компетентностно-ориентированных заданий в профессиональное образование в сфере коммуникаций.*

**Ключевые слова:** *бакалавр, проектная компетенция, профессиональные компетенции, компетентностно-ориентированные задания, реклама и связи с общественностью, межкультурная коммуникация.*

**Библиографическая ссылка:** *Виниченко В.А. Компетентностно-ориентированные задания в формировании проектной компетенции бакалавров по рекламе и связям с общественностью // ЦИТИСЭ. 2023. № 3. С. 522-533. DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.3.44>*

Research Full Article

UDC 378.147.88

## COMPETENCE-ORIENTED TASKS IN THE FORMATION OF PROJECT COMPETENCE OF BACHELERS IN ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

V.A. Vinichenko

**Vera A. Vinichenko,**

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department Advertising and Public Relations, Philological Faculty, North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russian Federation.

ORCID iD: 0000-0002-2928-3644

[vera\\_vinichenko@mail.ru](mailto:vera_vinichenko@mail.ru)

**Abstract.** *Project development is one of the main skills of the bachelor of advertising and public relations, which is reflected in the federal state educational standard. Experience of the student's project activity is especially important when looking for a job. Employers in general will show interest in the employee who take part in or independently developed scientific or social projects in the years of study. In this case, such employees could carry important projects for their career. The improvement of project competence, which belongs to the kind of professional competences, is carried out throughout the years of learning academic disciplines on the basis of a competency approach. Students design and create relevant and interesting advertising and PR-projects related to the solution of various social problems. The aim of the work is to present competency-oriented tasks aimed at developing the project competence of bachelors in advertising and public relations in the study of the subject «Intercultural communication in the Arctic region». The main methods of the study were analysis, comparison and synthesis of special literature. The results of the study can be used in the training of students or in the teaching and methodical work of tutors. The novelty of the work is that for the first time an attempt was made to develop competency-oriented tasks in the direction of preparation 42.03.01. «Advertising and public relations», contributing to the development of PK-2 project competence, aimed at solving problems in interethnic communication. Increasing the level of development of project competence by students is possible when introducing competency-oriented tasks when learning field of various communications.*

**Key words:** *bachelor, design competence; professional competences, competence-oriented tasks, advertising and public relations, intercultural communication.*

**For citation:** Vinichenko V.A. *Competence-oriented tasks in the formation of project competence of bachelors in advertising and public relations. CITISE, 2023, no. 3, pp. 522-533. DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2023.3.44>*

Проектирование входит в список основных видов деятельности студентов направления подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» согласно Федеральному государственному образовательному стандарту (ФГОС 3++). Бакалавр по завершении обучения должен знать, как проектировать специальные PR-мероприятия, разрабатывать рекламные и PR-проекты, т.е. обладать проектной компетенцией, значимость которой возрастает при его трудоустройстве.

Работодателю необходимы компетентные специалисты, которые смогут поддерживать и развивать его бизнес, способствовать получению наиболее выгодных заказов. Как руководителю ему будет важен имеющийся у студентов опыт разработки рекламных и PR-проектов при принятии решения о том, какого рода производственные задачи доверить новому сотруднику.

В поддержку работодателей действует компетентностный подход – приоритетный подход в системе высшего образования в стране, который направлен на эффективную подготовку обучающегося, способного в будущем решать разные по сложности профессиональные проблемы. Квалификационный уровень выпускника того или иного направления подготовки можно охарактеризовать совокупностью приобретенных компетенций. По мнению современных специалистов, под компетенцией понимаются «измеримые образцы знаний, навыков, отношений, поведения и других личностных характеристик, необходимых для успешного выполнения профессиональных ролей или должностных функций» [1], а компетентность — это личностное качество человека, осведомленного в какой-либо области деятельности благодаря наличию различных компетенций в данной сфере [2]; это индивидуальный ресурс, необходимый для выполнения определенного набора профессиональных требований [3].

Проектная компетенция относится к блоку профессиональных и представляет собой организованную работу по созданию оригинального продукта (проекта), направленную на решение профессионально-значимой задачи, имеющую целью приобретение и развитие умений и навыков, личностных качеств, необходимых современному конкурентоспособному специалисту [4]. Профессиональная компетенция студентов определяется как способность успешно решать классы задач, установленных соответствующими стандартами подготовки специалиста [5]. Это применение знаний, навыков и отношений, выработанных во время обучения в ситуациях профессиональной практики [6].

Проблема формирования профессиональных компетенций бакалавров по рекламе и связям с общественностью привлекает к себе внимание многих исследователей, которые предлагают различные варианты ее решения. Одни ратуют за применение технологий «peer learning» и «edutainment» [7], другие – SMART-технологий [8] или симуляционного обучения [9]. И в качестве еще одного из средств формирования профессиональных компетенций специалисты рассматривают компетентностно-ориентированные задания (КОЗ), имеющее такие структурные элементы, как: стимул; задачу формулировку; источник информации; бланки для выполнения задания; модельный ответ [10].

Вопрос разработки и использования в обучении студентов компетентностно-ориентированных заданий рассматривается в научных статьях в отношении разных специальностей и учебных дисциплин [11,12,13], но по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» подобных научных трудов явно недостаточно, что актуализирует тему нашего исследования. Цель статьи – разработать и представить

компетентно-ориентированные задания по формированию проектной компетенции бакалавров по рекламе и связям с общественностью в рамках дисциплины «Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе».

Данная дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов (5 зет.): лекции – 18 ч., практические занятия – 18 ч.), самостоятельная работа студента – 69 час.

При изучении данной дисциплины учитывается содержание таких ранее освоенных дисциплин, как «Основы проектной деятельности», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью». Целью данной дисциплины является освоение основных теоретических положений и приобретение практических навыков в сфере межкультурных коммуникаций, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью к профессиональной деятельности в условиях поликультурной среды. В задачи предмета входит ознакомление с теоретическими основами теории межкультурной коммуникации; с ее историческими и социально-психологическими аспектами; национальными стереотипами; политике арктических стран и развитию межкультурного диалога; особенностях национального характера в странах Арктического региона, их национальных символах и деловой коммуникации; о языковом аспекте межкультурной коммуникации.

В рамках данной учебной дисциплины должна быть сформирована проектная компетенция ПК-2, которая определяет способность студента участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. При этом имеются следующие индикаторы достижения компетенции: ПК-2.1. - реализует типовые алгоритмы межкультурных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-2.2. - готовит основные документы по сопровождению межкультурного проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; ПК-2.3. - использует результаты исследований для планирования межкультурных проектов, при создании коммуникационного продукта.

Развитие и формирование проектной компетенция опирается на проектирование (проектную деятельность), которая представляет достаточно эффективное дидактическое средство для обучения студентов умению находить решения различных проблем, которые могут возникнуть в их будущей профессиональной деятельности [14]; это метод, предполагающий самостоятельную деятельность учащихся по реализации значимых проектов и разработке реальных – материальных или идеальных продуктов [15]. Проектная деятельность как средство обучения обеспечивает гармоничное формирование коммуникативных умений и навыков, исследовательских умений, развивает системное мышление, внимание, воображение, память, а также креативность обучающегося [16].

Практический блок (9 занятий) по данной дисциплине был дополнен компетентно-ориентированными заданиями. В проектной компетенции ПК-2 три индикатора достижения компетенции, поэтому на каждый индикатор отвели равнозначное количество заданий. Примерные варианты компетентно-ориентированных заданий для развития и формирования проектной компетенции ПК-2 представлены по первому индикатору ПК-2.1. в таблице №1 и направлены на закрепление умений реализации алгоритма работы над межкультурным проектом.

Таблица №1

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Компетентно-ориентированные задания
-------------	-----------------------------------	-------------------------------------

ПК-2: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. - реализует типовые алгоритмы межкультурных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	<p><b>Практическое задание №1.</b> <i>Стимул:</i> Нередко международное сотрудничество осложняется разного рода проблемами. В связи с этим возникает необходимость разработки и реализации межкультурного проекта, связанного с решением возникшей проблемы.</p> <p><i>Задачная формулировка:</i> Сформулируйте идею межкультурного проекта и определите его формат (специальное мероприятие, социальная реклама, видеоролик). Выделите проблему, которая должна быть решена с помощью предлагаемого проекта. Выделите общую цель и задачи, процессы и ресурсы проекта.</p>
		<p><b>Практическое задание №2.</b></p> <p><i>Стимул:</i> Определение показателей эффективности проекта важно для привлечения инвесторов, выявления потенциальных источников финансирования, определения условий привлечения будущих инвесторов, выявления всех последствий реализации проекта.</p> <p><i>Задачная формулировка:</i> А) Определите показатели, позволяющие оценить результативность и эффективность межкультурного проекта. Какие критерии будет включать тот или иной показатель оценки? Б) Выявите причины возникновения потенциальных рисков проекта. Предложите примерные мероприятия, направленные на нейтрализацию данных рисков.</p>
		<p><b>Практическое задание №3.</b></p> <p><i>Стимул:</i> Поиск ответов на вопросы: что и зачем делаем, как, когда, кто за это отвечает, сколько это будет стоить и что будет, если что-то пойдёт не так – это планирование. План проекта нужен команде, т.к. помогает координировать действия и достичь намеченной цели.</p> <p><i>Задачная формулировка:</i> а) Определите виды работ по межкультурному проекту и укажите ответственные лица, сроки их выполнения. Составьте календарный график выполнения работ. Выполните задание в табличном виде. Б) Разработайте диаграмму Ганта и медиаплан проекта.</p>

Следующий блок компетентностно-ориентированных заданий представлен по индикатору достижения проектной компетенции ПК-2.2. (таблица №2) и связан с подготовкой документов по сопровождению проекта. Количество часов на практические задания ограничено, поэтому было выбрано только несколько документов: паспорт проекта, бриф, срочный трудовой договор, договор на оказание рекламных услуг.

Таблица №2

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Компетентностно ориентированные задания
ПК-2: способен участвовать в разработке	ПК-2.2. - готовит основные документы по	<p><b>Практическое задание №4.</b></p> <p><i>Стимул:</i> Паспорт проект является одним из основных документов. Здесь содержится</p>

<p>реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>сопровождению межкультурного проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p>исчерпывающая информация о проекте, которая может понадобиться члену команды. <i>Задачная формулировка:</i> Разработайте резюме (паспорт) проекта: наименование; обоснование целесообразности разработки; заказчик; основные разработчики; цель и задачи; ключевые требования; сроки и этапы реализации; план реализации; объемы и источники финансирования; ожидаемые конечные результаты от реализации проекта.</p> <p><b>Практическое задание №5.</b> <i>Стимул:</i> Бриф позволяет сэкономить время на многочисленных уточнениях и получить нужный объем информации. Бриф защищает исполнителя от конфликтных ситуаций и необоснованных доработок. В случае поступления претензии от заказчика он может сослаться на документ.</p> <p><i>Задачная формулировка:</i> заполните бриф на создание видеоролика по межкультурной тематике по следующим позициям: задача, решаемая с помощью данного видеоролика (мероприятия); целевая аудитория, ее проблемы; продолжительность видеоролика; примеры видео для ориентации; главный герой; состав и количество участников; текста для видео; место для проведения съемок; ресурсы (реквизит, локация, транспорт); диктор / музыка; фирменная заставка; срок сдачи; бюджет.</p> <p><b>Практическое задание №6.</b> <i>Стимул:</i> Договор – это не только перечень оказываемых услуг и указание соответствующей платы за них, в первую очередь это гарантия финансовой и другой безопасности. Договора позволяют четко разграничить зоны ответственности между участниками проекта.</p> <p><i>Задачная формулировка:</i> А) Составьте для участника проекта срочный трудовой договор на выполнение определенных работ по межкультурному проекту. Подробнее обязательные условия трудового договора смотрите в ст. 57 Трудового Кодекса РФ.</p> <p>Б) Составьте Договор на оказание рекламных услуг.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Блок компетентностно-ориентированных заданий по индикатору достижения компетенции ПК-2.3. связан с исследованиями по определению целевой аудитории, отношения потребителей к проблеме проекта, проведением SWOT-анализа среды предприятия, для которого разрабатывается межкультурный проект (таблица №3).

Таблица №3

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Компетентностно ориентированные задания
ПК-2: способен участвовать в разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.3. - использует результаты исследований для планирования межкультурных проектов, при создании коммуникационного продукта.	<p><b>Практическое задание №7.</b> <i>Стимул:</i> Чем точнее определена целевая аудитория и детальнее составлен портрет потребителя, тем выше шанс создать проект, максимально соответствующий потребностям целевой группы. Портрет может включать разные особенности личности (демографические, социальные и др.)  <i>Задачная формулировка:</i> А) Определите и опишите целевую аудиторию межкультурного проекта. Составьте портрет потенциального потребителя данного проекта. Результаты выполнения задания представьте в табличном виде. Б) Спроектируйте несколько персонажей проекта: опишите их поведение, как принимают решения и какие факторы на это влияют.</p>
		<p><b>Практическое задание №8.</b> <i>Стимул:</i> Потребители часто меняют свои мнения, суждения и действия под влиянием внутренних и внешних факторов. Изучение особенностей поведения потребителей позволяет лучше понимать их мотивацию, отношение и предпочтения, определять информационные каналы.  <i>Задачная формулировка:</i> А) Составьте анкету для изучения отношения потребителей к проблеме межкультурного проекта. Б). После подготовки анкеты оцените её качество на узкой группе потенциальных респондентов. В) Опросите группу целевых потребителей проекта. Опишите результаты опроса.</p>
		<p><b>Практическое задание №9.</b> <i>Стимул:</i> SWOT- анализ позволяет оценить новый проект и реально знать, какого эффекта можно ожидать в случае его реализации. Такой анализ помогает наглядно понять все сильные и слабые стороны проекта и реально оценить его перспективность.  <i>Задачная формулировка:</i> Проведите SWOT- анализ среды предприятия, для которого разрабатывается межкультурный проект. Используйте пошаговый алгоритм проведения SWOT-исследования.</p>

В качестве *Источников информации* для выполнения компетентностно-ориентированных заданий укажем следующие:

1. Михалкина Е.В. Организация проектной деятельности. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 146 с.

2. Полевая Н.М. Основы проектной деятельности. - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2020. - 100 с.

3. Межкультурная коммуникация в PR: учебное пособие / [Авт.-сост. В.А. Виниченко]. – Якутск: Издательский дом СВФУ, 2021. - 156 с.

Для оценки компетентностно-ориентированных заданий предлагается следующий *Инструмент для проверки*:

Оценка «отлично». Практическое задание выполнено в соответствии со всеми правилами и стандартами проектной деятельности. Имеются полные ответы на поставленные вопросы, изложение материала логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Демонстрируются глубокие знания базовых основ проектной деятельности. Соблюдаются нормы и правила грамматики русского языка.

Оценка «хорошо». Практическое задание выполнено в основном с соблюдением правил проектной деятельности, но есть небольшие недочеты и неточности в формулировках. Ответы на поставленные вопросы в основном излагаются систематизировано и последовательно, но материал иногда требует дополнительных пояснений. На хорошем уровне демонстрируются знания базовых основ проектной деятельности. Соблюдаются нормы и правила грамматики русского языка.

Оценка «удовлетворительно». Практическое задание выполнено с ошибками. Допускаются нарушения в последовательности изложения материала. Демонстрируются поверхностные знания основ проектной деятельности. Допускаются нарушения норм и правил грамматики русского языка.

Оценка «неудовлетворительно». Практическое задание выполнено с грубыми ошибками. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не демонстрируется определенной системы знаний по основам проектной деятельности. Имеются заметные нарушения норм и правил грамматики русского языка.

В конце семестра обучающиеся должны представить результаты своей проектной деятельности. В итоге, наряду с усвоением теоретической части учебной дисциплины студент обновляет и закрепляет свои знания, тренирует умения и навыки по разработке различных рекламных и PR-проектов, совершенствует проектную компетенцию. Обучающиеся самостоятельно работают и предлагают собственное решение по установлению бесконфликтной коммуникации в сфере международного сотрудничества. Самые лучшие работы имеют возможность участия в ежегодной международной конференции «Общественные науки в Арктическом регионе: теория и практика», организованной кафедрой «Реклама и связи с общественностью» ФГАОУ ВО «СВФУ им. М.К. Аммосова».

В ходе промежуточной аттестации для оценки проектной компетенции ПК-2 предлагаются следующие критерии, представленные в таблице №4.

Таблица 4

Шкала оценивания уровня сформированности проектной компетенции ПК-2.

Уровни освоения компетенции / оценка	Компетенция, индикаторы достижения компетенции и планируемые результаты обучения	Критерии оценивания
--------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	---------------------



Высокий (отлично)	<p>ПК-2: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы межкультурных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	<p>Знает в полном объеме структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения.</p> <p>Умеет в полной мере разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный межкультурный проект в сфере рекламы и связей с общественностью; заниматься подготовкой основных документов по его сопровождению.</p> <p>Свободно владеет навыками реализации индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения.</p>
Базовый (хорошо)	<p>ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению межкультурного проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;</p> <p>ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования межкультурных проектов при создании коммуникационного продукта.</p>	<p>Знает структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения.</p> <p>Умеет в основном разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный межкультурный проект в сфере рекламы и связей с общественностью, заниматься подготовкой основных документов по его сопровождению.</p> <p>Владеет основными навыками реализации индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения.</p>
Минимальный (удовлетворительно)	<p>Знать: структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения;</p> <p>Уметь: разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный межкультурный проект в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	<p>Знает некоторые элементы проектирования индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения.</p> <p>Умеет в самом общем виде разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный межкультурный проект в сфере рекламы и связей с общественностью; заниматься подготовкой основных документов по его сопровождению.</p> <p>Владеет некоторыми навыками реализации индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения.</p>
Не освоено (неудовлетворительно)	<p>заниматься подготовкой основных документов по сопровождению межкультурного проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;</p>	<p>Слабо, фрагментарно представляет структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения. При разработке индивидуального и (или) коллективного</p>

	<p>Владеть: навыками реализации индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения.</p>	<p>межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, а также при подготовке основных документов по его сопровождению допускает грубые ошибки. Частично владеет навыками реализации индивидуального и (или) коллективного межкультурного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Использование компетентностно-ориентированных заданий несомненно повышает возможности совершенствования профессиональных компетенций, в частности, проектной компетенции ПК-2 бакалавров по рекламе и связям с общественностью. Компетентностно-ориентированные задания по дисциплине «Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе» будут способствовать становлению компетентных специалистов, готовых к решению трудных профессиональных проблем в области установления международных связей и сотрудничества с представителями разных стран.

#### Список источников:

1. Лапшова А.В., Уракова Е.А. Формирование социально-профессиональной компетентности будущих педагогов // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 71-1. С. 202-204. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46491160>
2. Маркова С.М., Бекетова Ю.А., Филатова Е.В. Комплексный подход как основа исследования профессионального образования // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 67-3. С. 98-100. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42963942>
3. Kazemi N., Kavousy E., Moazemi M. Factors Effect Development of Professional Competencies of Lecturers at Iran's University of Applied Science and Technology // University Notes. 2020. № 11(1). P. 461-476. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v11i1.597>
4. Игнатъев В.П., Варламова Л.Ф., Дарамаева А.А. Компетентностный подход: проблемы и пути решения // Преподаватель XXI век. 2022. № 2. Часть 1. С. 34-45. DOI: <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2022-2-34-45>
5. Ufer S., Neumann K. Measuring competencies. International handbook of the learning sciences, Routledge, 2018. - P. 433-443. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315617572>
6. Rosario Villarreal M.A., Fernandez O.Y., Capillo Chavez C.H. Factors affecting the management of research projects // University Notes. 2019. № 9 (1). P. 67-46. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v9i1.349>
7. Ильичева В.В., Кузьменкова К.Е., Громова Е.Б. Технологии «peer learning» и «edutainment» в развитии профессиональных компетенций студентов медийных специальностей // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27, №1. С. 158-170. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48286482>
8. Евсюков И.С. Smart-технологии как средство формирования компетенций студентов вуза (на примере направлений подготовки «реклама и связи с общественностью» и «лингвистика») // Интернет-журнал «Мир науки». 2018. № 3. С. 1-7. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35576346>
9. Глущенко О.А., Гришанин Н.В. Практико-ориентированная модель обучения по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» // Коммуникология. 2020. Т. 8, № 3. С. 73-93. DOI: <http://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-3-73-93>
10. Ерохина Л.Ю. Опыт конструирования компетентностно-ориентированных заданий на примере изучения дисциплины «Безопасность на дороге и в общественном

транспорте» // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 4, № 4. С. 151-158. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41552516>

11. Елагина В.С., Салатова Л.М. Компетентностно-ориентированное изучение иностранного языка в военном вузе // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 6. С. 86. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44595517>

12. Платонова Т.П., Пакулина А.П. Компетентностно-ориентированные задания как средство формирования естественнонаучной грамотности // Педагогический журнал. 2020. Т. 10, №.4-1. С. 219-225. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44408955>

13. Terekhova N.V., Zubova, E.A. The formation of the mathematical capacity of the students through tasks oriented to the competence // University notes. 2021. № 11 (4). P. 310-322. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v11i4.775>

14. Дульчаева И.Л., Содномова Н.Б.-Ц. Формирование профессиональных компетенций студентов средствами проектной деятельности // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 7. С. 82-87. DOI: <https://doi.org/10.24158/spp.2021.7.14>

15. Tyurina V.O., Shevchuk H.Y., Kryukova Yu.D. The influence of the project method on the development of leadership skills in students // University Notes. 2022. № 12 (2). P. 179-197. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v12i2.1045>

16. Уракова Е.А., Колдина М.И., Корнусова В.М. Сущность и характеристика технологии проектной деятельности // Проблемы современного педагогического образования. 2023. №78-2. С. 282-284. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53063457>

#### References:

1. Lapshova A.V., Urakova E.A. Formation of social and professional competence of future teachers. *Problems of modern pedagogical education*, 2021, no. 71-1, pp. 202-204. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46491160>

2. Markova S.M., Beketova Yu.A., Filatova E.V. An integrated approach as a basis for the study of vocational education. *Problems of modern pedagogical education*, 2020, no. 67-3, pp. 98-100. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42963942>

3. Kazemi N., Kavousy E., Moazemi M. Factors Effect Development of Professional Competencies of Lecturers at Iran's University of Applied Science and Technology. *University Notes*, 2020, no. 11 (1), pp. 461-476. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v11i1.597>

4. Ignatiev V.P., Varlamova L.F., Daramaeva A.A. Competence-based approach: problems and solutions. *Lecturer XXI century*, 2022, no. 2, part 1, pp. 34-45. (In Russian). DOI: <https://doi.org/10.31862/2073-9613-2022-2-34-45>

5. Ufer S., Neumann K. Measuring competencies. *International handbook of the learning sciences*, Routledge, 2018., pp. 433-443. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315617572>

6. Rosario Villarreal M.A., Fernandez O.Y., Capillo Chavez C.H. Factors affecting the management of research projects. *University Notes*, 2019, no. 9 (1), pp. 67-46. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v9i1.349>

7. Ilyicheva V.V., Kuzmenkova K.E., Gromova E.B. Technologies «peer learning» and «edutainment» in the development of professional competencies of students of media specialties. *Vestnik RUDN University. Series: Literary criticism. Journalism*, 2022, vol. 27, no. 1. pp. 158-170. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48286482>

8. Evsyukov I.S. Smart-technologies as a means of forming the competencies of university students (on the example of the areas of training «advertising and public relations» and «linguistics»). *Internet journal «World of Science»*, 2018, no. 3, pp. 1-7. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35576346>

9. Glushchenko O.A., Grishanin N.V. Practice-oriented model of training in the direction of training 42.03.01 «Advertising and public relations». *Communicology*, 2020, vol. 8, no. 3. pp. 73-93. (In Russian). DOI: <http://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-3-73-93>
10. Erokhina L.Yu. Experience in designing competence-oriented tasks on the example of studying the discipline «Safety on the road and in public transport». *Pedagogy. Questions of theory and practice*, 2019, vol. 4, issue 4, pp. 151-158. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41552516>
11. Elagina V.S., Salatova L.M. Competence-oriented study of a foreign language in a military university. *Modern problems of science and education*, 2020, no 6, pp. 86. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44595517>
12. Platonova T.P., Pakusina A.P. Competence-oriented tasks as a means of forming natural science literacy. *Pedagogical journal*, 2020, vol. 10, no. 4-1. pp. 219-225. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44408955>
13. Terekhova N.V., Zubova, E.A. The formation of the mathematical capacity of the students through tasks oriented to the competence. *University notes*, 2021, no. 11 (4), pp. 310-322. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v11i4.775>
14. Dulchaeva I.L., Sodnomova N.B.-Ts. Formation of professional competencies of students by means of project activities. *Society: sociology, psychology, pedagogy*, 2021, no. 7, pp. 82-87. (In Russian). DOI: <https://doi.org/10.24158/spp.2021.7.14>
15. Tyurina V.O., Shevchuk H.Y., Kryukova Yu.D., Lukashchuk M.M., Savishchenko V.M. The influence of the project method on the development of leadership skills in students. *University Notes*, 2022, no. 12 (2), pp. 179-197. DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v12i2.1045>
16. Urakova E.A., Koldina M.I., Kornusova V.M. The essence and characteristics of the technology of project activities. *Problems of modern pedagogical education*, 2023, no. 78-2, pp. 282-284. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53063457>

Submitted: 29 August 2023

Accepted: 29 September 2023

Published: 30 September 2023

