

DOI: 10.17805/zpu.2019.1.17

Профессиональные стандарты и их реализация в образовательных программах бакалавриата и магистратуры сферы коммуникаций

А. Д. БОРОДАЙ

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Новый этап развития высшего профессионального образования в современной России связан с переходом в 2019 г. на Федеральные государственные образовательные стандарты поколения 3++. Важнейшим элементом образовательных программ по всем направлениям подготовки станет использование профессиональных стандартов как основы формирования профессиональных компетенций будущих бакалавров и магистров. Основные трудовые функции, которые определяют содержание профессиональных стандартов, должны будут стать основой профессиональных компетенций выпускников. Эта часть образовательной программы разрабатывается образовательными организациями. ФГОС 3++ предусматривает определенную систему оценки качества учебного процесса. Следует сказать, что новое поколение образовательного стандарта предваряет следующее, четвертое поколение. Некоторые сюжеты заложены уже в поколении 3++. Например, опора в формировании компетенций на профессиональные стандарты. Не использован потенциал «Закона об образовании в Российской Федерации» в части влияния на профессиональное образование объединений работодателей, профессионально-обще-

ственной и общественной аккредитации. В вузах России много интересного опыта, который может стать частью будущих образовательных стандартов.

Ключевые слова: профессиональные стандарты; трудовые функции; профессиональные компетенции; работодатели; индустриальные стандарты; оценка качества; портфолио. ФГОС; сфера коммуникаций; высшее образование

ВВЕДЕНИЕ

Особенностью предстоящего 2019/2020 учебного года в системе высшего профессионального образования России станет переход на образовательные программы подготовки по многим направлениям бакалавриата и магистратуры — ФГОС 3+++. Новым требованием к разработке основных образовательных программ является внедрение профессиональных стандартов в формирование профессиональных компетенций обучающихся. Участие представителей профессионального сообщества в учебном процессе и аттестационных мероприятиях по всем направлениям подготовки продолжает быть важным условием оценки качества работы вуза.

В Послании Президента РФ Федеральному Собранию, которое было оглашено 1 марта 2018 г., В. В. Путин подчеркнул: «Опираясь на лучшие практики и опыт, нам нужно в короткие сроки провести модернизацию системы профессионального образования, добиться качественных изменений в подготовке студентов, прежде всего по передовым направлениям технологического развития, сформировать ступень “прикладного бакалавриата” по тем рабочим профессиям, которые фактически требуют инженерного образования, а также организовать центры опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации для уже работающих граждан» (Послание Президента Российской Федерации ... , 2018: Электронный ресурс).

Ключевая фраза в этом сюжете президентского послания — «модернизация системы профессионального образования». Модернизация образовательных программ в вузах является постоянным спутником учебного процесса. Однако общие подходы и правила должны быть стабильными и иметь тенденции к саморазвитию и обновлению. В нашей системе высшего профессионального образования модернизация общих структурных подходов идет уже более четверти века. В 1993 г. появились первые государственные образовательные стандарты. В 2000 г. им на смену пришли стандарты второго поколения. С 2009 г. стали внедряться стандарты третьего поколения.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ И ТРЕБОВАНИЯ

ФГОС 3+++ в приложении содержит перечень профессиональных стандартов, которые рекомендуются для определения профессиональных компетенций в основной образовательной программе вуза. Профессиональные компетенции формулируются на основе обобщенных трудовых функций (ОТФ), содержащихся в профессиональном стандарте. По усмотрению образовательной организации можно использовать одну или несколько ОТФ из профессионального стандарта. Это решение зависит от профиля программы и соответствия ОТФ профессиональным компетенциям (Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 ... : Электронный ресурс; Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 ... : Электронный ресурс).

Вузам необходимо обеспечить возможность выпускнику решать профессиональные задачи в индустрии коммуникаций. Особенности профессиональной деятельности наших выпускников таковы, что в сфере рекламы и связей с общественностью имеется очень широкий перечень профессиональных задач, которые условно можно разделить на четыре сектора: организация рекламной деятельности, креативные решения

в разработке рекламного продукта, медиакоммуникации и связи с общественностью. Отдельно можно рассматривать сферу интернет-коммуникаций. В индустрии коммуникаций существует более 30 различных должностей, по которым необходимо формулировать специальные задачи в сфере профессиональной деятельности. Например, организация рекламной деятельности предполагает выполнение разных обобщенных трудовых функций следующими сотрудниками: менеджер по рекламе, бренд-менеджер, аккаунт-менеджер, менеджер по проектам, PR-менеджер и др.

Разработка профессиональных стандартов для сферы рекламы и связей с общественностью предполагает как минимум наличие четырех профессиональных стандартов: специалиста по организации рекламной деятельности, специалиста по разработке рекламного продукта, специалиста по рекламным коммуникациям и специалиста по связям с общественностью. В качестве обобщенных трудовых функций для специалиста по организации рекламной деятельности могут быть управление производственными процессами в рекламной деятельности, разработка инновационных продуктов и новых технологий в сфере рекламы, управление рекламными проектами, анализ эффективности рекламных кампаний, взаимодействие с рекламодателями и т. д. Специалист по созданию рекламного продукта должен заниматься созданием концепции и контента рекламного продукта, организацией творческого процесса и креативными технологиями, разработкой рекламной концепции, созданием материалов для визуальной коммуникации и т. д. Специалист по рекламным коммуникациям занимается медиапланированием рекламных кампаний, взаимодействием с целевой аудиторией с помощью эффективной коммуникации, мониторингом эффективности каналов коммуникаций, контролем соблюдения стандартов и норм размещения рекламно-информационных материалов.

Профессиональные функции в рамках связей с общественностью разработаны Российской ассоциацией по связям с общественностью (РАСО) и оформлены в корпоративный профессиональный стандарт. Он многократно обсуждался на различных встречах и совещаниях. Имеет высокую степень отражения практической деятельности российских и зарубежных PR-агентств и других профильных организаций. На его базе разработан профессиональный стандарт, который находится в стадии утверждения в Министерстве труда и социального развития РФ.

В настоящее время, как мы уже сказали, вузы переходят к ФГОС 3++. В них уже в качестве ориентиров для разработки профессиональных компетенций присутствуют профессиональные стандарты. Можно предположить, что через некоторое время будут утверждены ФГОС четвертого поколения. В них более полно должны реализовываться положения, которые заложены в Законе «Об образовании в Российской Федерации». В качестве важнейшего условия достижения необходимого качества подготовки бакалавров и магистров будет продолжаться процесс взаимодействия вузов с организациями работодателей. Следует сделать в вузах обязательной профессионально-общественную и общественную аккредитации. Получит развитие система фиксации достижений студента в рамках портфолио и резюме для предстоящего трудоустройства (Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» ... : Электронный ресурс).

ТРУДНОСТИ И ПРОТИВОРЕЧИЯ

Разработка профессиональных стандартов (ПС) идет сложно и неравномерно по отраслям и видам деятельности. Как отмечают специалисты, период, который требу-

ется для разработки, согласования и утверждения профессионального стандарта, в среднем равен полутора годам. По состоянию на начало 2019 г. организации разработали и утвердили 1173 профессиональных стандарта. За 2018 г. утверждено примерно 150 профессиональных стандартов. Из них только 100 стандартов новых и еще 50 актуализировано. В сфере образования утверждено лишь только 6. В культуре и искусстве такой же показатель. В юриспруденции — 2. В ракетно-космической отрасли — 54; в сфере связи, информационных и коммуникационных технологий — 42; в социальном обслуживании — 14; в средствах массовой информации, издательстве и полиграфии — 17 (из них по журналистике — 11) (Реестр профессиональных стандартов ... : Электронный ресурс).

При отсутствии профессиональных стандартов по конкретному направлению Минобрнауки РФ предлагает смежные варианты из других отраслей. Для направлений подготовки факультета рекламы, журналистики и дизайна Московского гуманитарного университета имеется профессиональный стандарт графического дизайнера и 11 профессиональных стандартов в области средств массовой информации. Из них только 7 рекомендовано вузам для подготовки основной образовательной программы ФГОС 3+-. Еще 2 ПС добавлено из отрасли, относящейся к связи, информационным и коммуникационным технологиям (Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 ... : Электронный ресурс; Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 ... : Электронный ресурс).

Координацией методического обеспечения учебного процесса в этой группе занимается Федеральное учебно-методическое объединение (ФУМО) по укрупненной группе направлений подготовки и специальностей (УГНС) 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», созданное в рамках модернизации учебно-методической деятельности высшего образования по приказу Министерства образования и науки Российской Федерации № 987 от 8 сентября 2015 г. на базе МГУ им. М. В. Ломоносова. В структуре учебно-методического объединения функционируют пять учебно-методических советов по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Издательское дело», «Телевидение», «Медиакоммуникации» (ФУМО ... : Электронный ресурс).

В ФГОС 3+ по журналистике рекомендовано 9 профессиональных стандартов для использования в разработке основных образовательных программ с учетом профилей подготовки. При этом использованы не только профессиональные стандарты группы 11 — «Средства массовой информации, издательства и полиграфии» (7 ПС), но и группы 6 — «Связь, информационные и коммуникационные технологии» (2 ПС). Таким образом, в качестве базовых профессиональных стандартов определены следующие: корреспондент средств массовой информации (11.003); ведущий телевизионной программы (11.004); специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации (11.005); редактор средств массовой информации (11.006); режиссер средств массовой информации (11.009); фотограф (11.010); графический дизайнер (11.013). Наряду с этим рекомендованы стандарты из группы 6: специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (06.009); специалист по информационным ресурсам (06.009). Не вошел, например, в перечень рекомендуемых профессиональный стандарт специалиста по видеомонтажу» (11.011). Но при определенных профилях подготовки вузы могут на этот профессиональный стандарт ориентироваться (Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 524 ... : Электронный ресурс).

В реестре профессиональных стандартов, которые утверждены Министерством труда и социального развития РФ по состоянию на начало 2019 г., в разделе 11 размещены документы для средств массовой информации, издательств и полиграфии. В этой группе представлено 17 профессиональных стандартов. В группе 6 представлены профессиональные стандарты по направлению «Связь, информационные и коммуникационные технологии». Здесь имеется 44 профессиональных стандарта (Реестр профессиональных ... , Электронный ресурс).

В основной образовательной программе по журналистике, а также по рекламе и связям с общественностью предусмотрено использование профессиональных стандартов специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (06.009); специалиста по информационным ресурсам (06.013). В этих стандартах имеется целый ряд трудовых функций, которые могут использоваться в программах подготовки бакалавров и магистров по указанным направлениям. Здесь следует обратить внимание на следующие трудовые функции: обработка и размещение информационных ресурсов на сайте; поиск информации по тематике сайта; подготовка информационных материалов для сайта; редактирование и размещение информации на сайте. Актуальными являются такие трудовые функции: организация маркетинговых исследований на рынке средств массовой информации; разработка маркетинговой стратегии продвижения продукции на профильном рынке; организация мероприятий, способствующих увеличению продаж газет и журналов; контроль и оценка эффективности коммуникационной стратегии продвижения продукции средств массовой информации на профильном рынке (Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 535н ... : Электронный ресурс).

Основные образовательные программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в рамках ФГОС 3++ формируются на основании рекомендуемых профессиональных стандартов. На сегодняшний день профессиональный стандарт по рекламе и профессиональный стандарт по связям с общественностью находятся в стадии разработки и утверждения. Поэтому ФГОС 3++ бакалавриата предусматривает ориентир на ПС «Специалист по продвижению и распространению средств массовой информации» (06.009) и ПС «Специалист по информационным ресурсам» (06.013). Для программы магистратуры по данному направлению дополнен ПС «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования» (01.004).

После утверждения ФГОС 3++ по рекламе и связям с общественностью Министерство труда и социального развития РФ Приказом № 366н от 4 июня 2018 г. утвердило профессиональный стандарт «Маркетолог» (08.0350). В этом стандарте предусмотрены определенные трудовые функции для специалистов по рекламе и специалистов по связям с общественностью в рамках маркетинговых коммуникаций. Поэтому профессиональный стандарт целесообразно учитывать при разработке основных образовательных программ для бакалаврита и магистратуры по направлению «Реклама и связи с общественностью».

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ АКАР

Магистерская программа по рекламе и связям с общественностью в нашем вузе называется «Стратегии эффективных коммуникаций». При ее реализации необходимо ориентироваться не только на профессиональные стандарты, но и на базовые документы индустрии коммуникаций. Ассоциация коммуникационных агентств России

(АКАР) многие годы работает по «Индустриальным стандартам», которые позволяют унифицировать производственные процессы в агентствах, сделать единообразными технологии разработки и создания рекламного продукта (Индустриальные стандарты, 2017). Это влияет на скорость принятия и согласование решений, оптимизацию сроков выполнения работ.

Важнейшим разделом профессиональной подготовки и формирования профессиональных компетенций является стратегическое планирование в рекламном агентстве. Основной задачей стратегического планирования в общем процессе разработки рекламной кампании является обеспечение соответствия творческих материалов и плана их размещения. Одновременно необходимо учитывать запросы и стиль жизни потенциальных потребителей. Это должно отвечать задачам клиента и его интересам. Такая диалектика позволяет сделать так, чтобы стратегическое планирование играло ключевую роль в обеспечении конечной эффективности рекламной кампании.

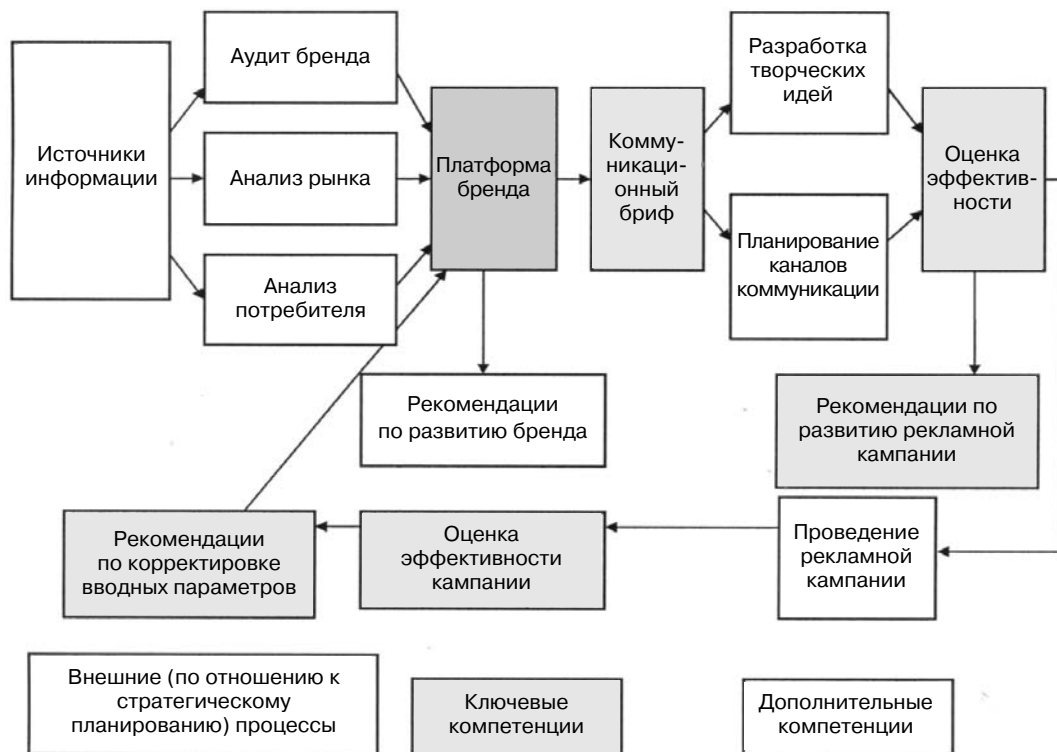
Необходимо иметь в виду, что стратегическое планирование в разработке коммуникационного процесса выполняет две важные функции. Во-первых, осуществляется постановка задачи для творчества и планирования каналов эффективной коммуникации. Во-вторых, осуществляются контроль результатов творчества и планирования каналов и оценка потенциальной эффективности кампании. Успешное выполнение отделом стратегического планирования таких задач требует прежде всего обеспеченности качественной и полной предварительной информацией о продукте, рынке и потребителе. Практика показывает, что заказчик планируемой кампании не всегда может предоставить необходимый объем и качество такой информации. Поэтому в функции стратегического отдела по факту входит и ее оценка, а при необходимости сбор и систематизация. Стратегическому отделу важно предоставить рекомендации маркетингового характера для бренда (продукта), выходящие за рамки задачи непосредственной разработки рекламной кампании (там же).

Индустриальные стандарты постоянно дорабатываются с учетом новых тенденций развития рекламного рынка в стране и в мире. За последние годы опубликованы три редакции этого документа. Уделено внимание творческому процессу в рекламном агентстве, процедурам проведения тендера среди медийных и креативных агентств. Прописаны условия проведения тендера по выбору поставщика маркетинговых услуг. Развитие интернет-коммуникаций в последние годы определило актуальность разработки условий проведения тендеров в контекстной рекламе.

Мы рекомендуем обучающимся использовать «Индустриальные стандарты» в качестве дополнительной литературы по некоторым курсам. Данная проблема вынесена на текущий контроль в изучении технологии разработки рекламного продукта. Вопрос об индустриальных стандартах присутствует в перечне вопросов при подготовке к Государственной итоговой аттестации. Студенты используют индустриальные стандарты для подготовки выпускных квалификационных работ в бакалавриате и в магистратуре.

Индустриальные стандарты используются в курсе «Основы рекламы и связей с общественностью» при изучении темы «Стратегическое планирование в рекламном агентстве». Здесь сформулированы задачи стратегического планирования в общем процессе разработки рекламной кампании, достижения итоговой эффективности рекламной кампании. Как видно из предлагаемой в стандартах наглядной схемы (см. рис.), стратегическое планирование предусматривает решение двух важных аспектов

производственного процесса. Важно с высокой точностью сформулировать задачи для творчества и планирования каналов коммуникации. С другой стороны, через действенный контроль добиваться необходимых результатов творчества, работы каналов коммуникаций и оценки потенциальной эффективности кампании. При этом стандарты предусматривают наличие качественной информации о продукте, рынке и потребителе. Эти данные получают по итогам маркетинговых исследований.



*Схема взаимодействия в процессе разработки рекламного продукта
The scheme of interaction in the process of the development of an advertisement*

В стандарте разработаны ключевые этапы процесса стратегического планирования. Это обстоятельство является важным условием для сотрудничества различных организаций в реализации проектов.

Полезный материал с учебной точки зрения содержится по вопросам брендинга. Имеется раздел «Разработка коммуникационной платформы бренда». Ее основой является позиционирование продукта (бренда). Даны рекомендации об уникальном торговом предложении, преимуществах для потребителей, транслировании общественных ценностей, поддерживаемые брендом. Важным этапом является подготовка презентации, в которой отражаются наиболее существенные параметры бренда.

На факультете рекламы, журналистики и дизайна Московского гуманитарного университета профессионально-общественной аккредитации подлежат следующие направления подготовки: 42.03.01 — Реклама и связи с общественностью (бакалавриат); 42.04.01 — Реклама и связи с общественностью (магистратура); 42.02.01 —

Реклама (СПО, программа подготовки специалистов среднего звена); 43.02.01 — Журналистика (бакалавриат); 54.03.01 — Дизайн, профиль «Графический дизайн» (бакалавриат).

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОБЩЕСТВЕННАЯ АККРЕДИТАЦИЯ

Комиссия Ассоциации коммуникационных агентств России для проведения в 2017/2018 учебном году профессионально-общественной аккредитации образовательных программ, реализуемых в Московском гуманитарном университете, была утверждена в следующем составе: А. Л. Абаев, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета, доктор экономических наук, профессор (председатель комиссии); В. В. Алейников, креативный директор компании «ИМА-пресс», дизайнер; В. А. Евстафьев, вице-президент АКАР, президент компании «ИМА-пресс, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор филологических наук, профессор; Д. В. Сендеров, генеральный директор рекламного агентства STRONG; Ф. И. Шарков, проректор по научной работе Академии труда и социальных отношений, заместитель декана факультета журналистики, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, главный редактор международного научного журнала «Коммуникология», доктор социологических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации (Эксперты АКАР ... 2017: Электронный ресурс).

Комиссия рассмотрела образовательные программы и учебные планы по всем аккредитуемым направлениям и провела их экспертизу; проанализировала кадровое обеспечение образовательных программ, изучила качественные характеристики профессорско-преподавательского состава; ознакомилась с материально-техническим обеспечением названных программ; рассмотрела вопросы научно-методического обеспечения учебного процесса, методические рекомендации по организации государственной итоговой аттестации; оценила качество подготовленных и защищенных выпускных квалификационных работ, курсовые проекты студентов; изучила письма и справки о внедрении рекомендаций по итогам исследований в практику работы организаций и предприятий. Был изучен опыт работы факультетов и кафедр по взаимодействию с Ассоциацией коммуникационных агентств России, Российской ассоциацией маркетинговых услуг, Ассоциацией директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России, Российской академией рекламы, рекламными и PR-агентствами, средствами массовой информации.

Комиссия ознакомилась с функционированием электронной информационно-образовательной среды университета, уделила внимание оснащению учебного процесса учебниками и учебными пособиями, формированию фондов научной библиотеки университета, договорам о пользовании электронными базами специализированных библиотек и издательств. Были проанализированы результаты научной и учебно-методической работы на выпускающих кафедрах за последний период, участия преподавателей в научных и научно-методических конференциях международного, российского, межвузовского и внутривузовского уровней.

В ходе работы состоялось знакомство членов комиссии с опытом организации учебной, производственной и преддипломной практики по всем направлениям подготовки. Рассмотрены положения о практике, отчеты и дневники практик, материалы по организации и проведению итоговых конференций по практикам.

В рамках профессионально-общественной аккредитации членами комиссии были высказаны рекомендации по организации практики, научной работы магистрантов, развитию студенческой науки и другим аспектам реализации основных образовательных программ на факультете рекламы, журналистики и дизайна Московского гуманитарного университета. Была проанализирована структура программы подготовки по дизайну и высказаны рекомендации по ее совершенствованию при переходе на следующее поколение ФГОС.

С целью создания профессиональных стандартов в различных отраслях в 2014 г. под эгидой Российского союза промышленников и предпринимателей был создан Национальный совет при Президенте Российской Федерации по развитию профессиональных квалификаций. В различных сферах экономики, культуры и образования утверждено 34 совета по профессиональным квалификациям. С 1 января 2017 г. вступил в силу разработанный Минтрудом России Федеральный закон № 238-ФЗ «О независимой оценке квалификации». Этим законом предусмотрена независимая оценка квалификации работников, претендующих на осуществление определенного вида трудовой деятельности. Создаются Центры оценки квалификации (ЦОК) которые будут определять соответствие квалификации соискателя определенным профессиональным стандартам или квалификационным требованиям, которые установлены федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. Работник, который успешно прошел оценку квалификации, получает свидетельство о квалификации, которое в качестве документа может быть предъявлено при приеме на работу (Федеральный закон «О независимой оценке квалификации» ... : Электронный ресурс).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новые образовательные стандарты предусматривают создание в вузах системы оценки качества и связаны с различными аттестационными мероприятиями. Ежегодно проводится федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования (ФЭПО) в режиме тестирования по различным учебным дисциплинам. Студенты выпускных курсов бакалавриата участвуют в федеральном интернет-экзамене бакалавров. ФГОС 3++ предусматривает внешнюю оценку качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации. Она осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям государственного образовательного стандарта. Внешняя оценка качества реализации образовательной программы может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, освоивших программу бакалавриата или магистратуры, отвечающими требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Получение высшего или среднего профессионального образования в вузе или в колледже создает формальное основание для аттестации работника на основании диплома. Выпускники СПО, бакалавриата или магистратуры находятся в разных категориях специалистов. Поэтому с точки зрения будущей профессиональной аттестации целесообразно и выгодно получить высшее образование на уровне магистратуры. Однако при аттестации учитываются реальная квалификация сотрудника, его производственные достижения, повышение профессиональной квалификации и другие показатели профессиональной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Послание Президента Российской Федерации от 01.03.2018 г. б/н (2018) [Электронный ресурс] // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42902> (дата обращения: 12.01.2019).

Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47224) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219341/ (дата обращения: 12.01.2019).

Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219255/...18 (дата обращения: 12.01.2019).

Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 535н «Об утверждении профессионального стандарта “Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации”» (зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 № 33973) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_168905/ (дата обращения: 12.01.2019).

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 27.01.2019).

Федеральный закон «О независимой оценке квалификации» от 03.07.2016 № 238-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200485/ (дата обращения: 12.01.2019).

Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 524 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика» (зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47219) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219343/ (дата обращения: 12.01.2019).

Индустриальные стандарты (2017). Вып. 3. М. : АКАР. 220 с.

Реестр профессиональных стандартов / Профессиональные стандарты. Программно-аппаратный комплекс [Электронный ресурс] // Профессиональные стандарты. URL: <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 12.01.2019).

Эксперты АКАР оценили семь образовательных программ МосГУ (2017) [Электронный ресурс] // АКАР. Ассоциация коммуникативных агентств России. 21 декабря. URL: http://www.akarusia.ru/press_centre/news/id8078 (дата обращения: 12.01.2019).

ФУМО «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.journ.msu.ru/umo/umo/umo-sredstva-massovoy-informatsii-i-informatsionno-bibliotechnoe-delo.php> (дата обращения: 5.02.2019).

Дата поступления: 15.01.2018 г.

PROFESSIONAL STANDARDS AND THEIR IMPLEMENTATION IN BACHELOR'S
AND MASTER'S EDUCATIONAL PROGRAMMES IN THE SPHERE OF COMMUNICATIONS

A. D. BORODAY
MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES

The new stage of the development of higher professional education in modern Russia is connected with the 2019 transition to the generation 3++ Federal State Educational Standards. The use of professional standards laying the foundation of professional competencies of bachelor and master students will become the principal element of educational programmes of all fields of study. The main

labour functions defining the contents of professional standards will have to become the basis of graduates' professional competencies. This part of the educational programme is developed by educational organisations. 3++ FSES implies a particular system of quality assessment of educational process. It should be mentioned that the new generation of educational standard precedes the next — fourth — generation. Some of its features are already embedded in generation 3++. For example, the reliance on professional standards when forming competencies. It does not use the potential of the “Education Law in the Russian Federation” concerning professional education influenced by employees' associations, professional and social, and public accreditation. Russian universities possess a lot of experience, which can become part of future educational standards.

Keywords: professional standards; labour functions; professional competencies; employees; industrial standards; quality assessment; portfolio; FSES; sphere of communications; higher education

REFERENCES

Poslanie Prezidenta Rossiiskoi Federatsii ot 01.03.2018 g. b/n (2018) *Prezident Rossii* [online] Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42902> (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Prikaz Minobrnauki Rossii ot 08.06.2017 № 528 «Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniia — magistratura po napravleniiu podgotovki 42.04.01 Reklama i sviazi s obshchestvennost'iu» (zaregistrirvano v Miniuste Rossii 29.06.2017 № 47224). *Konsul'tantPlus* [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219341/ (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Prikaz Minobrnauki Rossii ot 08.06.2017 № 512 «Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniia — bakalavriat po napravleniiu podgotovki 42.03.01 Reklama i sviazi s obshchestvennost'iu» (zaregistrirvano v Miniuste Rossii 29.06.2017 № 47220). *Konsul'tantPlus* [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219255/...18 (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Prikaz Mintruda Rossii ot 04.08.2014 № 535n «Ob utverzhdenii professional'nogo standarta “Spetsialist po prodvizheniiu i rasprostraneniuiu produktsii sredstv massovoi informatsii”» (zaregistrirvano v Miniuste Rossii 04.09.2014 № 33973). *Konsul'tantPlus* [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_168905/ (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Federal'nyi zakon «Ob obrazovanii v Rossiiskoi Federatsii» ot 29.12.2012 № 273-FZ (posledniaia redaktsiia). *Konsul'tantPlus* [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (access date: 27.01.2019). (In Russ.).

Federal'nyi zakon «O nezavisimoi otsenke kvalifikatsii» ot 03.07.2016 № 238-FZ (posledniaia redaktsiia). *Konsul'tantPlus* [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200485/ (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Prikaz Minobrnauki Rossii ot 08.06.2017 № 524 «Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniia — bakalavriat po napravleniiu podgotovki 42.03.02 Zhurnalistika» (zaregistrirvano v Miniuste Rossii 29.06.2017 № 47219). *Konsul'tantPlus*. [online] Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219343/ (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Industrial'nye standarty (2017). Vol. 3. Moscow, AKAR. 220 p. (In Russ.).

Reestr professional'nykh standartov / Professional'nye standarty. Programmno-apparatnyi kompleks. *Professional'nye standarty*. [online] Available at: <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchii-informatsionnyi-blok/natsionalnyi-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

Eksperty AKAR otsenili sem' obrazovatel'nykh programm MosGU (2017). AKAR. *Assotsiatsiia kommunikativnykh agentstv Rossii*, 21 December [online] Available at: http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id8078 (access date: 12.01.2019). (In Russ.).

FUMO «Sredstva massovoi informatsii i informatsionno- bibliotechnoe delo» [online] Available at: <http://www.journ.msu.ru/umo/umo/umo-sredstva-massovoy-informatsii-i-informatsionno-biotechnoe-delo.php> (access date: 5.01.2019). (In Russ.).

Submission date: 15.01.2018.

Бородай Александр Дмитриевич — доктор исторических наук, профессор, декан факультета рекламы, журналистики и дизайна, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций Московского гуманитарного университета; заслуженный работник культуры Российской Федерации, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5, корп. 3. Тел.: +7 (499) 374-54-51. Эл. адрес: aboroday@mosgu.ru

Boroday Aleksandr Dmitrievich, Doctor of History, Professor, Dean, Faculty of Advertising, Journalism and Design; Professor, Department of the Theory of Advertising and Mass Communications, Moscow University for the Humanities; Honoured Cultural Worker of Russia; Honoured Worker of Russian Higher Education. Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-54-51. E-mail: aboroday@mosgu.ru