

ФИЛОСОФИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ PHILOSOPHY OF INNOVATIVE EDUCATION

УДК 001.895

DOI: 10.15372/PEMW20180308

С.Ю. Пискорская

*Сибирский государственный университет науки
и технологий им. академика М.Ф. Решетнева,
Институт социального инжиниринга, Красноярск,
Российская Федерация,
e-mail: piskorskaya1@rambler.ru*

Piskorskaia, S. Iu.

*Reshetnev Siberian State University of Science and Tech-
nology, Institute of Social Engineering, Krasnoyarsk, the
Russian Federation,
e-mail: piskorskaya1@rambler.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются цели, задачи, принципы и технологии инновационного образования. Показано, что инновационное образование представляет собой организованный процесс, базирующийся на широкой профессиональной подготовке и формировании способности к саморазвитию и творчеству. Представлены основные положения философии образования Дж. Дьюи. Доказано, что инновационное образование раскрывается в проектном обучении. Описаны результаты внедрения проектного обучения на практике института социального инжиниринга ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева» при подготовке бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Abstract. The article examines the goals, objectives, principles, and technologies applied in innovative education. The author has demonstrated that innovative education is an organized process, which is based on the development of broad professional skills and the learner's ability for self-development and creativity. The theoretical basis for this investigation is provided by J. Dewey's philosophy of education. Innovative education is best revealed in project teaching. The results of the investigation have found practical implementation at the Institute of Social Engineering at Reshetnev Siberian State University of Science and Technology for training bachelors under the major «Advertisement and public relations».

Ключевые слова: инновационное образование, проектное обучение, направление подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Keywords: innovative education, project training, major «Advertisement and Public Relations»

Для цитаты: Пискорская С.Ю. Философия инновационного образования // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т. 8, №3. С. 2024–2031

For quote: Piskorskaya, S.Iu. [Philosophy of innovative education]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire* = Professional education in the modern world, 2018, vol. 8, no. 3, pp. 2024–2031

DOI: 10.15372/PEMW20180308

DOI: 10.15372/PEMW20180308

Введение. Основная задача высшего образования во все времена – формирование личности, способной к рациональному познанию объективной реальности, саморазвитию и творчеству. Эта традиционная модель образования опиралась на классические фундаментальные знания и принципы, однако в последние десятилетия все чаще заходит речь о необходимости изменения традиционной модели и внедрения инновационного образования, которое стало своеобразным трендом современной государственной политики. Основная аргументация сводится к тому, что прорывные изменения в сфере материального производства, формирование информационного общества и экономики знаний диктуют необходимость качественных изменений в системе высшего образования [1, с. 1595].

Главной целью инновационного образования выступает подготовка человека к самореализации в постоянно меняющемся мире. Содержание такого образования состоит в ориентации учебного процесса на развитие личных возможностей человека, на формирование гуманитарной культуры как условия

трансформации образования [2]. Инновационное образование вырабатывает способность к коммуникации, умение не только приспосабливаться к меняющейся реальности, но и работать на опережение, самостоятельно планируя и внедряя новые трансформации. В этом смысле инновационное образование выступает определенным стратегическим фактором, обеспечивающим материально-техническое и социально-экономическое развитие страны, формируя не только научно-технический, но и, прежде всего, интеллектуальный потенциал нации.

Постановка задачи. Нами поставлена задача раскрыть содержание инновационного образования, его основных технологий и принципов, их реализации в проектном обучении. Мы предприняли попытку описать результаты внедрения проектного обучения на практике ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева» (далее – СибГУ им. М. Ф. Решетнева).

Методология и методика исследования. Как отмечают современные исследователи образовательной политики, образование большинства стран мира претерпевает серьезные трансформационные изменения, причем меняется не только методология преподавания, но и сами тренды. Так, в настоящее время среди основных трендов высшего образования выделяют массовизацию и ориентацию на развитие экономики знаний [3, с. 1587]. Если первый тренд предполагает массовый прием на широкий спектр образовательных программ и характеризует доступность, открытость и вариативность образования, то второй (развитие экономики знаний) предполагает изменение его качества за счет перехода к инновационному образованию.

Несмотря на различие аспектов исследований в социально-философской (инновационное общество [4; 5]), социально-экономической (экономика знаний [6, с. 223; 7, с. 11–12]) и педагогической литературе (инновации в образовании [8, с. 1583; 9]), переход на методологию инновационного образования связывают с введением нового в цели, содержании, методах и формах обучения.

Результаты. Инновационное образование представляет собой организованный процесс, базирующийся на широкой профессиональной специализации и формирующий у обучаемого способность к саморазвитию и творчеству для его успешной самореализации в изменяющемся мире. Анализ работ по вопросам становления инновационного образования показал, что этот процесс нередко связывается с философией действия Дж. Дьюи [9; 10, с. 38; 11, с. 77–80]. Его философия заключается в том, что образование должно быть, во-первых, эффективным и, во-вторых, применимым к меняющимся обстоятельствам внешнего мира.

В работе «Демократия и образование» Дьюи отмечает, что постоянным изменениям подвергаются не только экономические реалии, но и ценностные, а это означает, что неминуемо происходит и смена базовых установок в отношении обучающего и обучаемого (тип коммуникации вертикальный, подчиняющий) в сторону их совместной деятельности (тип коммуникации горизонтальный, равноправный) [12]. В этой совместной деятельности основная задача обучающего сводится уже не к традиционной передаче накопленных знаний (обучаемый может научить обучаемого знаниям, умениям, навыкам), а к инновационной передаче обучаемому способности действовать в определенных обстоятельствах (обучаемый может научиться сам, на собственном опыте). По сути, речь идет о наставничестве со стороны обучающего, при этом наставник не предоставляет обучаемому полную свободу действий, а специально организует благоприятную среду для его развития. Такой подход Дьюи называет «формальным образованием» – определенным образом организованным образовательным процессом с заданной системой ценностей, целей, задач и практических ситуаций.

В отличие от традиционного образования, нацеленного на подготовку к будущему, образование Дьюи ориентировано на настоящее, в результате чего оно уже в процессе обучения формирует у обучаемого опыт деятельности, который позволит его деятельности стать более успешной и эффективной.

Технология (схема) обучения у Дьюи строится на следующих этапах: найти обучающие объекты (практические ситуации), способные привлечь внимание обучающихся и вызвать у них исследовательский интерес, который при эффективном стимулировании сформирует желание самостоятельно провести эксперимент, опыт, осуществить действие. Завершение действия для обучаемого заключается в проявлении его личной активности в процессе обучения и «узнавании» последствий своих действий. В результате у обучаемого формируется опыт ответственности за принятие решений – одна из ведущих компетенций современного образования. Нетрудно заметить, что эта технология реализуется не только в образовании (технологии case study [13], игрового и проектного обучения), но и в теории и практике рекламы. Ведущая схема рекламной деятельности AIMDA (Attention – Interest – Motive – Desire – Activity) стоит на тех же основных этапах: привлечении внимания к объекту, формировании интереса, мотивации, которая вызовет желание действовать заданным образом. Разница лишь в том, что AIMDA демонстрирует этапы формирования потребительского поведения (конечный этап – дей-

ствие в отношении покупки рекламируемого товара или услуги), а схема Дьюи – этапы формирования способности эффективного умственного движения. Можно сказать, что в этом проявляются основные ценностные установки Дьюи как яркого представителя американского прагматизма.

Итогом такого образования становится приобщение обучаемого к культуре, ее общественным ценностям. Философия Дж. Дьюи демонстрирует смещение вектора направленности образования к человеку как личности, способной эффективно адаптироваться к меняющимся социально-экономическим реалиям за счет широкой профессиональной специализации, что и является основным содержанием инновационного образования.

Раскрывая принципы современного инновационного образования, следует выделить следующие моменты:

1) самостоятельность (по принципу «обучаемого надо научить учиться самостоятельно»), однако это достигается не за счет снижения контактных часов, а за счет трансформации и эффективной организации образовательного процесса;

2) трансформация базовых процессов (актуализация дисциплинарной карты за счет исключения незначимых для научной и профессиональной подготовки дисциплин и введения новых, повышения междисциплинарности за счет расширения контактов НПП с другими университетами, развития прикладных научных исследований для реальных секторов экономики);

3) проективность (сдвигка в представлении о проекте: от проекта как прожекта к проекту как осмысленной деятельности, при организации которого необходимо а) формулировать задачу не из прошлого опыта, а из желаемого результата; б) заранее продумывать все этапы реализации проекта; в) искать взаимовыгодные варианты кооперации; г) связывать отдельные виды деятельности в один проект);

4) коммуникация (создание молодежных коммуникационных площадок с представителями власти, общественных организаций и бизнес-сообществ, экспертных молодежных советов, активное участие в которых учит нести личную ответственность за принимаемые решения, формирует способность к межкультурной коммуникации, выстраиванию межнациональных и межконфессиональных отношений [14, с. 14]);

5) социально-экономическая мотивация – стимулирование обучаемых посредством морального и материального поощрения (реализация социально-значимых проектов, за выполнение которых наиболее успешные получают общественное признание, награждаются грамотами, кубками, описанием их заслуг в СМИ, повышенными стипендиями и т. п.);

6) информатизация (информационно-телекоммуникационные технологии, обучающие программы, тренажеры формируют новые возможности организации учебного процесса, которые значительно расширяют личностные возможности обучаемых) [15; 16].

Рассмотрим реализацию данных принципов на примере внедрения модели проектного обучения в институте социального инжиниринга СибГУ им. М. Ф. Решетнева. При формировании этой модели мы исходили из понимания того, что проектное обучение – это «образовательно-профессиональная деятельность студента по решению определенного круга задач и проблем, связанных с достижением набора образовательных результатов» [17] для формирования общепрофессиональных компетенций по направлению подготовки с учетом специфики конкретной образовательной программы. Так, для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью такими компетенциями являются способность создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты; способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам ответственности [18].

Умение планировать, организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия – одна из основных профессиональных компетенций выпускника по рекламе и связям с общественностью, которая может быть приобретена только в результате проектной деятельности – специально организованным в рамках выделенных дисциплин образовательным процессом с заданной системой целей, задач и практических ситуаций.

Разработка модели проектного обучения строилась на основе анализа учебного плана, его трансформации в части определения в нем места проектной деятельности, составления тематики и паспортов проектов. В результате чего была составлена карта учебного плана, демонстрирующая поэтапную, семестровую связь дисциплин и практик, обеспечивающих возможность выполнения студентами коммуникационных проектов. В учебном плане были выделены дисциплины, обеспечивающие естественно-научную и экономическую подготовку, общую профессиональную коммуникационную подготовку, и дисциплины, направленные на реализацию проектного обучения (дисциплины специализации). Решением методической комиссии института социального инжиниринга было установлено, что проектная деятельность будет закреплена за общепрофессиональными и специальными дисциплинами.

Так, на первом и втором курсах общая профессиональная коммуникационная подготовка осуществляется в рамках таких дисциплин, как «Психология», «Культурология», «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «История мирового искусства», «Межкультурная коммуникация», «Стилистика и литературное редактирование», «Риторика», «Социология и психология массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»; на третьем и четвертом курсах – «Деловой иностранный язык», «Конфликтология», «Технологии управления общественным мнением», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Пресс-служба», «Основы медиапланирования», «Основы репутационного менеджмента», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Современные международные отношения».

Теоретическая подготовка в части реализации студентами коммуникационных проектов реализуется на первых двух курсах при изучении следующих дисциплин специализации: «Основы связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламного дизайна». На последних курсах – «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Основы выставочного дела», «Выпуск корпоративного издания», «Организация отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в Интернете», «Конструирование рекламы», «Брендинг», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе». Практическая подготовка осуществляется в период прохождения учебной (первый курс), производственной (последующие курсы) практик.

Общий объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (60 зачетных единиц за учебный год), из них на практико-ориентированное, проектное обучение (общую профессиональную коммуникационную подготовку, дисциплины специализации и практики) выделено примерно 2/3 от общего объема программы. Предполагается, что за весь период обучения студент должен приобрести опыт участия не менее чем в шести проектах: на младших курсах речь идет о выполнении трех участвующих проектов, которые могут быть заявлены как инициативные по социально-значимым проблемам (продвижение добровольчества, организация мероприятий для социально-незащищенных слоев населения, популяризация науки и тому подобное). На старших курсах проекты выполняются по заказу предприятий и организаций и оформляются в виде курсового проекта, отчета по практике и выпускной квалификационной работы.

Ресурсной базой проектного обучения является студенческая креативная лаборатория, оснащенная необходимой техникой, оборудованием и программным обеспечением, в которой студенты получают опыт проведения как коммуникационных мероприятий, так и пред-варяющих их исследований, а преподаватели института социального инжиниринга выступают наставниками и в режиме нон-стоп консультируют ее участников. Таким образом, для организации проектной деятельности в институте имеются как технические, так и человеческие ресурсы. При организации проектного обучения были учтены основные принципы инновационного образования: повышение самостоятельности и инициативности студенческой работы, усиление эффективности организации образовательного пространства, повышение междисциплинарности, выстраивание коммуникативных площадок, использование информационно-телекоммуникационных технологий и усиление мотивации студентов, их личной заинтересованности в результатах проектов.

В качестве примера рассмотрим наиболее успешные проекты за 2016–2018 учебные годы. На первом курсе студенты выполняли инициативный проект «Звездам на встречу». Идея проекта была предложена преподавателем теории и практики рекламы и заключалась в создании уникальной фотовыставки, способной акцентировать внимание молодых людей на теме космоса и дать им возможность гордиться достижениями работников аэрокосмической сферы. Цель и задачи проекта студенты сформулировали самостоятельно при определенном корректирующем участии преподавателя. В результате был сформирован паспорт проекта «Звездам на встречу». Сроки реализации проекта: 2016–2017 учебный год. Цель реализации проекта – повышение имиджа Учебно-демонстрационного центра СибГУ им. М. Ф. Решетнева. Задачи реализации проекта: изучение и описание проблемного поля продвижения музея СибГУ им. М. Ф. Решетнева; анализ положительных ассоциаций у учащейся молодежи относительно музея СибГУ им. М. Ф. Решетнева; подготовка и проведение фотовыставки «Звездам на встречу» в Учебно-демонстрационном центре и учебном здании СибГУ; оценка эффективности фотовыставки «Звездам на встречу». Состав проекта – команда из десяти студентов первого курса под руководством преподавателя. Результаты реализации проекта – опыт разработки проекта специального мероприятия, опыт проведения фотосъемок, подготовка фотоматериалов, презентационных материалов выставки и распространения данной продукции, организации пространства фотовыставки, успешное проведение фотовыставки «Звездам на встречу».

Роли участников проекта распределялись следующим образом: креативный директор (поиск спонсоров и партнеров мероприятия; планирование и организация выставки, формирование отчетности), фотограф (работы с аппаратурой, обработка изображений), организатор пространства выставки (планирование экспозиции выставки, отбор выставочных материалов, конструирование стендов, зонирование выставочного пространства), создатель презентационных материалов выставки (разработка раздаточных материалов; оценки их эффективности), распространитель презентационных материалов (установление и поддержка межличностных отношений с гостями выставки), аналитик результативности выставки (анализ эффективности выставки, разработка отчетов).

В ходе реализации проекта студенты использовали знания и умения, приобретенные при изучении таких дисциплин, как «Культурология», «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Теория и практика рекламы», «Основы рекламного дизайна». В качестве мотивации следует отметить личную заинтересованность студентов в успешной реализации проекта для демонстрации его результатов на профессиональном конкурсе, в общественном признании в университетском и профессиональном коммуникационном сообществе.

Учебным результатом проекта для первокурсников стали первые навыки создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации специального мероприятия; производства и распространения рекламной продукции, умения планировать, организовывать и проводить под контролем коммуникационные мероприятия. Коммуникационным результатом стало повышение популярности музея СибГУ им. М. Ф. Решетнева среди молодежи, повышение на 30% его посещаемости в период ноябрь-декабрь 2017 г. внешними посетителями по сравнению с аналогичным периодом 2016 г.

Институт социального инжиниринга СибГУ на протяжении более десяти лет является организатором Всероссийского фестиваля с международным участием «Неделя PR и рекламы на Енисее» («Ярпиар»). Основная работа по проведению этого мероприятия ложится на плечи студентов второго и третьего курсов. Организация фестиваля требует не только коммуникационного (прием участников и гостей фестиваля, организация мастер-классов, коммуникационных площадок, обеспечение работы Всероссийской студенческой олимпиады по рекламе и связям с общественностью, Всероссийской конференции с международным участием «PR и реклама: традиции и инновации»), но и финансового сопровождения. В связи с отсутствием в университете средств на проведение подобных мероприятий было принято решение обратиться за партнерской поддержкой к предприятиям и организациям города и края. Это решение легло в основу ряда «спонсорских портфелей», работа над реализацией которых привела к пониманию данной деятельности как проектной деятельности по интеграции бизнеса и образования [19]. В качестве примера рассмотрим паспорт проекта «Яр-пиар».

Сроки реализации проекта: 2016–2018 гг. Цель реализации проекта: организация партнерской поддержки Всероссийского фестиваля с международным участием «Неделя PR и рекламы на Енисее» («Ярпиар») в СибГУ им. М. Ф. Решетнева со стороны ФГУП ФЯО «Горно-химический комбинат». Задачи реализации проекта: разработка плана реализации проекта; определение критериев его эффективности; определение целевых аудиторий проекта, задействованных СМИ, лидеров общественного мнения; определение форм участия представителей ФГУП ФЯО «Горно-химический комбинат» в организации и проведении фестиваля «Ярпиар» в СибГУ им. М. Ф. Решетнева; разработка рекламных материалов для информационно-коммуникационного сопровождения фестиваля в 2016–2018 гг.; разработка материалов и промежуточных отчетов для партнера в 2016–2018 гг.; обеспечение обратной связи от участников и партнера Фестиваля. Состав проекта: команда из студентов второго и третьего курсов под руководством преподавателя. Результат реализации проекта – успешное проведение Всероссийского фестиваля с международным участием «Неделя PR и рекламы на Енисее» («Ярпиар») в СибГУ им. М. Ф. Решетнева при поддержке со стороны ФГУП ФЯО «Горно-химический комбинат» в 2016–2018 гг.

В ходе реализации проекта студенты продемонстрировали знания по дисциплинам общей профессиональной подготовки, а также по дисциплинам специализации («Технологии управления общественным мнением», «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в интернете», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»).

Работа в проекте привила студентам навыки командной работы, умение определять и выполнять свою роль в команде. В этом проекте участники выполняли следующие функции: креативный директор (формирование проекта; управление стадиями проекта, осуществление медиации между участниками проекта), работник «поля исследования» (установление межличностных отношений с заказчиками, сбор данных), аналитик (анализ и обработка данных, структурирование информации; прогнозирование), оформитель данных (оформление текста, ссылок, графиков и таблиц, презентаций, форматирование отчетов), распространитель презентационных материалов (установление и поддержка межличност-

ных отношений с партнерами и участниками Фестиваля; работа с различными целевыми аудиториями), создатель пресс-релизов (сбор, обработка и подача информации для разных целевых аудиторий), СММ специалист (работа в социальных сетях Facebook, ВКонтакте), СММ менеджер (координирование работы СММ специалистов, мониторинг упоминаний основных тем проекта в социальных сетях).

Следует отметить серьезную социально-экономическую мотивацию студентов при реализации данного проекта. Личная заинтересованность студентов заключалась в участии лидеров проекта на региональном, а при успешной реализации проекта и на Всероссийском этапе профессионального конкурса коммуникационных проектов «Хрустальный апельсин», гарантирующем общественное признание в профессиональном коммуникационном сообществе. Экономическую составляющую мотивации обеспечивали спонсорские призы и награды за лучшие решения кейсов по заданиям предприятия.

Учебным результатом проекта для студентов стали следующие: умение планировать, организовывать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; способность привлекать «спонсорские портфели», организовывать производство и распространение рекламной продукции, работать с сайтами; учитывать последствия своей профессиональной деятельности и нести личную ответственность за принимаемые решения.

Реализация данного проекта на протяжении двух лет строилась на принципах самостоятельности, инициативности студентов, усиления междисциплинарности, развития прикладных рекламно-информационных исследований для реальных секторов экономики (ФГУП ФЯО «Горно-химический комбинат»); коммуникации с представителями предприятий, организации коммуникационных площадок для молодежи; социально-экономической мотивации со стороны партнера и информатизации (ведение сайта Фестиваля [20]).

Анализ итогов проектов по результатам опросов его участников показал, что технология деятельности, основанная на привлечении внимания к проекту как социально-значимому событию, способствует формированию интереса к нему и при определенной мотивации вызывает желание действовать, работает достаточно успешно.

Выводы. Инновационное образование в вузе может быть эффективно реализовано, в частности в виде проектного обучения, при условии придания ему экономического, социального или личностного смысла, детальной проработки его целей, задач, этапов и принципов, равноправного сотрудничества студентов и преподавателей, повышения междисциплинарных связей. При осмыслении инновационного образования в социально-философском аспекте проектная деятельность предстает как коллективное творчество, формирующее такие универсальные компетенции, как способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, умение осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

Коллективная работа над проектами формирует общепрофессиональные компетенции, способствует их широкой профессиональной специализации. Полученный за период обучения опыт проектной деятельности позволит выпускникам университета в дальнейшем успешно реализовывать собственные проекты, используя уже освоенные и отработанные технологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бегалинова К. К., Ашилова М. С.** Современное профессиональное образование через призму конкурентоспособности // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т. 8, №1. С. 1593–1597.
2. **Панарин В. И., Паршиков В. И., Черных С. И.** Гуманитарная культура как условие трансформации образования // Профессиональное образование в современном мире. 2016. Т. 6, №1, С. 34–39.
3. **Тарасова М. В.** Honors College как новая организационная форма российского высшего образования: опыт Сибирского федерального университета // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т. 8, №1, С. 1587–1592.
4. **Pohoryles R., Tommasi D.** (2017) Innovation: society, research, technology, innovation: The European Journal of Social Science Research, 30:4, 385–387, DOI: 10.1080/13 511 610.2017.1 383 730 [Электронный ресурс]. URL: https://www.innovation.tu-berlin.de/fileadmin/i62_ifsgktypo3/en_TUTS_WP_4_2011_FINAL.pdf (дата обращения 21.06.2018)
5. **Кوماхин Б. Н.** Информационное и инновационное общество и процесс развития государственной службы // Вестник: Административное право и практика администрирования. 2014. №1, С. 32–45. DOI: 10.7256/2306–9945.2014.1.11155 [Электронный ресурс]. URL: http://e-notabene.ru/al/article_11155.html (дата обращения 21.06.2018)
6. **Царьков А. С.** На пути становления инновационного общества: акторы публичного пространства как стратегия и цель // Инновационный человек и инновационное общество // под ред. В. И. Супруна. – Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2012. 412 с. С. 207–224.

7. **Рассказова Н. В.** Проблемы перехода к экономике знаний в России и перспективы развития малого предпринимательства // Креативная экономика. 2009. Т. 3, №7. С. 11–17.
8. **Пфаненштиль И. А., Яценко М. П.** Информационные аспекты управления образованием // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т.8. №1. С. 1581–1586.
9. **Якимов О. В.** Роль педагогических инноваций в повышении квалификации педагогических работников техникума // Профессиональное образование в современном мире. 2016. Т.6, №1. С. 136–140.
10. **Шитов С. Б.** Инновационное образование в формирующемся обществе знаний // Гуманитарные науки. Философия. 2009. №4 (12). С. 35–41.
11. **Циплакова Ю. В.** Инструментализм Дж. Дьюи: раideia по-американски // Вестник СПбГУ. 2013. Сер.17, Вып. 2, С. 75–82.
12. **Дьюи Дж.** Демократия и образование. М.: Педагогика-Прогресс, 2000. 383 с.
13. **Зарукина Е. В.** Методология кейсстади в программах профессионального образования // Профессиональное образование в современном мире. 2015. №3. С. 153–161.
14. **Громько Н. В.** Стратегия развития Московского образования до 2030 года // Профессиональное образование. Столица. 2012., №1, С. 13–16.
15. **Борисенко И. Г.** Информационный вектор в современном отечественном образовании: проблемы и перспективы // Профессиональное образование в современном мире. 2016. Т.6, №1. С. 130–135.
16. **Кудашов В. И., Черных С. И., Яценко М. П., Рахинский Д. В.** Аксиологические трансформации в глобальном образовании как следствие информационных технологий // Профессиональное образование в современном мире. 2017. Т.7, №2. С. 968–975.
17. **Модель реализации** проектно-ориентированных образовательных программ различного профиля (бакалавриат/специалитет/магистратура), предполагающих командное выполнение проектов полного жизненного цикла [Электронный ресурс]. URL: http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/d30/modiel_poop.pdf (дата обращения 11.06.2018)
18. **Федеральный государственный образовательный стандарт** высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]. URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/420301_B_3_30062017.pdf (дата обращения 14.06.2018)
19. **Федотова Т. А.** Активизация процессов интеграции бизнеса и образования // Профессиональное образование в современном мире. 2018. Т.8, №1, С. 1618–1623.
20. **Ярпир. Неделя PR и рекламы на Енисее** [Электронный ресурс]. URL: <http://yarpr.ru/> (дата обращения 20.06.2018)

REFERENCES

1. **Begalinova K. K., Achilova M. S.** [Modern professional education through competitiveness]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2018, vol. 8 no. 1. pp. 1593–1597. (in Rus)
2. **Panarin V. I., Parshikov V. I., Chernykh S. I.** [Humanitarian culture as a condition of educational transformation]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2016, vol. 6, no. 1, pp. 34–39. (In Russian)
3. **Tarasova M. V.** [Honors College as a new form of organizing higher education system in Russia: the experience of Siberian Federal University]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2018, vol. 8, no. 1, pp. 1587–1592. (In Russian)
4. **Pohoryles R., Tommasi D.** (2017) [Innovation: society, research, technology, innovation]. *The European Journal of Social Science Research*, 30:4, 385–387, DOI: 10.1080/13511610.2017.1383730. Available at: https://www.innovation.tuberlin.de/fileadmin/i62_ifsgktypo3/en_TUTS_WP_4_2011_FINAL.pdf (accessed 21 June 2018)
5. **Komakhin B. N.** Information and innovative society and civil service development process. *NB: Administrativnoe pravo i praktika administrirovaniya = NB: Administrative Law and Administrative Practice*, 2014, no 1, pp. 32–45. DOI: 10.7256/2306-9945.2014.1.11155. Available at: https://e-notabene.ru/al/article_11155.html (accessed 21 June 2018)
6. **Tsarkov A. S.** [On the way of formation of an innovative society: actors of public space as a strategy and goal]. [Innovative man and an innovative society], 2012, pp. 207–224.
7. **Rasskazova N. V.** [Problems of transition to the knowledge economy in Russia and perspectives for small business development]. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*, 2009, vol. 3, no. 7. pp. 11–17. (In Russian)
8. **Pfanenshtil I. A., Iatsenko M. P.** [Informational aspects of management education]. *Professional education in the modern world*, 2018. vol. 8 no. 1, pp. 1581–1586. (In Russian)
9. **Iakimov O. V.** [The role of pedagogical innovations in professional development of teachers at the college]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2016, vol. 6, no.1. pp. 136–140 (In Russian)

10. **Shitov S. B.** [Innovative education in the emerging knowledge society]. *Gumanitarny nauki. Filosofiya = Humanities. Philosophy*, 2009, no 4 (12), pp. 35–41. (In Russian)
11. **Tsiplakova Iu. V.** [J. Dewey»s instrumentalism: paideia in American style]. *Vestnik SpBGU = Bulletin of St. Petersburg State University*, 2013, vol. 17, no. 2, pp. 75–82 (In Russian).
12. **Dewey J.** [Democracy and education]. Moscow, Pedagogika-Progress Publ., 2000. 383 p.
13. **Zarukina E. V.** [Case-study methodology in programs of professional education]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2015, no. 3, pp. 153–161. (In Russian)
14. **Gromyko N. V.** [Strategy of Moscow education until 2030]. *Professionalnoe obrazovanie. Stolitsa = Professional education. Capital*, 2012, no.1, pp. 13–16. (In Russian)
15. **Borisenko I. G.** [Vector of information in modern national education: problems and prospects]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2016, Vol. 6, no. 1. pp. 130–135. (In Russian)
16. **Kudashov V. I., Chernykh S. I., Iatsenko M. P., Rakhinsky D. V.** [Axiological transformation in global education as a consequence of information technologies]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2017, Vol. 7, no. 2, pp. 968–975. (In Russian)
17. **A model of project-oriented** educational programs implementation for various profiles (bachelor»s / master»s / master»s degree), which suppose full-life cycle projects. Available at: https://www.tsu.ru/upload/medialibrary/d30/modiel_poop.pdf (accessed 11 June.2018)
18. **Fedotova T. A.** [Activation of the processes of business and education integration]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2018, Vol. 8, no. 1, pp. 1618–1623. (In Russian)
19. **Federal** state educational standard of higher education – Bachelor under major 42.03.01 «Advertisement and public relations». Available at: https://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/420301_B_3_30062017.pdf (accessed 14 June 2018)
20. **Yarpiar.** PR and advertising Week on the Yenisei. Available at: <https://yarpr.ru/> (accessed 20 June 2018)

Информация об авторе

Пискорская Светлана Юрьевна – доктор философских наук, доцент, директор института социального инжиниринга, Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева (Россия, 660037, г. Красноярск, пр. им. газ. «Красноярский рабочий», 31.
e-mail: piskorskaya1@rambler.ru)

Принята редакцией: 09.07.2018

Information about the author

Svetlana Iu Piskorskaia. – Doctor of Philosophic Sc., Associate professor, Director of the Institute of Social Engineering, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology (31 prospekt imeni gazety «Krasnoyarskii rabochii» Str., 660037, Krasnoyarsk, Russia, e-mail: pis-korskaya1@rambler.ru)

Received: 9 July 2018