

«Утверждаю»

Первый проректор  
Государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего профессионального  
образования города Москвы  
«Московский городской педагогический  
университет»

д. э. н., профессор, академик РАО  
Е.Н. Геворкян



«11» июня 2014г.

## ОТЗЫВ

### ведущей организации

о диссертации Плуженской Любови Витальевны

«Формирование профессиональной компетентности

студентов в процессе практики

(на примере специальности «Реклама» и

направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»)),

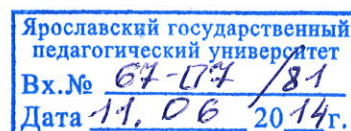
представленной на соискание ученой степени кандидата

педагогических наук по специальности

13.00.08 – теория и методика профессионального образования

(педагогические науки)

Руководствуясь Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842 «О порядке присуждения ученых степеней» диссертацию Плуженской Л.В. «Формирование профессиональной компетентности студентов в процессе практики (на примере специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью») можно охарактеризовать как научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, которые можно охарактеризовать как научное достижение.



Рецензируемая диссертация представляет собой исследование в области методики преподавания относительно новой для отечественной педагогики высшей школы специальности – рекламы, а также ее варианта для бакалавриата «Реклама и связи с общественностью». Становление этого направления происходило во второй половине 90-ых годов XX века. Сложность здесь была связана с тем, что реклама в условиях рыночной экономики была относительно новым видом деятельности (хотя реклама и на внутреннем, и на внешнем рынке существовала и в советское время, но по многим параметрам она отличалась от ситуации постреформенной России). Проблема усугублялась тем, что и на Западе практически не существовало подготовки рекламистов на высшем профессиональном уровне в рамках университетов: обычно мастера рекламы, имея разнообразные дипломы – иногда даже не имея академических степеней, - проходили обучение в стенах рекламных агентств.

В отечественной практике высшее образование для специалистов рекламных профессий включает в себя, в соответствии с традициями российской педагогики, глубокое проникновение в суть процессов, связанных с влиянием рекламы на аудиторию. В образовательные стандарты специальности «Реклама» включалось изучение курсов экономики, психологии, теории коммуникации. Студенты получали разносторонние познания в маркетинге, дизайне, языкознании, менеджменте. Однако наибольшее внимание и студенты, и преподаватели всегда уделяли усвоению практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности. Это относится как к учебным курсам, так и производственной практике.

Ввиду новизны и своеобразия подготовки рекламистов, а также в связи с изменениями, вызванными переходом на двухступенчатую систему образования, методика преподавания и подготовки к профессиональной деятельности вызывает много вопросов. Это объясняет **актуальность** темы