

УДК 378

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10111

Н. В. Вагенляйтнер*Омский государственный педагогический университет**Омск*

**ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА
К ОБУЧЕНИЮ БАКАЛАВРОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

В статье описан опыт применения кейс-технологии как интерактивного метода формирования у студентов навыка комплексного анализа проблемной ситуации. Использование в процессе обучения многоаспектных профессиональных задач позволяет развивать профильные навыки, критическое мышление, умение работать в команде. Рассмотренный в статье кейс предполагает поиск решения в поле антикризисного управления, репутационного менеджмента, информационной деятельности вуза.

Ключевые слова: активное обучение, кейс-метод, информационный аудит, репутация, кризис, междисциплинарный подход, связи с общественностью.

Российское вузовское образование находится в состоянии перманентного реформирования и адаптации к изменяющимся экономическим, социальным, технологическим условиям. Современное общество выдвигает новые требования к подготовке специалистов – в мире непрерывного обновления и увеличения потоков информации, развития цифровых коммуникаций, медиатизации всех сторон жизни, необходимости реализовывать многозадачность и полифункциональность выпускникам вуза требуются навыки создания собственных авторских действий для решения различных ситуационных проблем [3]. Кроме того значительно изменились студенты. Исследования показывают, что современные студенты, с одной стороны, обладают высоким интеллектуальным потенциалом, заинтересованностью в обучении, высокими технологическими навыками, но с другой стороны, новое поколение «мыслит дискретными образами из комиксов, крайне прагматично, склонно к гедонизму и стремится к интересной жизни» [6], вследствие чего испытывает сложности, попадая в традиционную академическую среду [см., например: 2; 4; 5; 8; 9].

Прежние образовательные парадигмы утратили эффективность, и проблематика поиска результативной организации обучения в вузе остается неизменно актуальной.

Наиболее продуктивным направлением является, безусловно, развитие форм обучения, основанных на цифровых и интернет-технологиях (дистанционное обучение, онлайн-курсы и т.д.). Тем не менее аудиторные занятия по-прежнему являются одной из основных форм работы со студентами, именно она подвергается переосмыслению, и применение интерактивных методов обучения является наиболее предпочтительным [см., например: 1; 10; 11] и мн. др.

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью прямо ориентирует на применение указанных форм обучения: «реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий <...> в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся» [7].

Отметим также, что актуализация междисциплинарных связей изучаемых дисциплин представляется нам эффективным приемом, позволяющим развивать у студентов навык

комплексного применения умений и навыков. Методом, позволяющим достигнуть обозначенных целей, является кейс-технология.

Опишем один из кейсов, предлагаемых студентам 4 курса бакалавриата специальности «Реклама и связи с общественностью» в Омском государственном педагогическом университете (далее – ОмГПУ) в качестве задачи, ориентированной на отработку навыков, полученных при изучении дисциплин «Основы репутационного менеджмента», «Основы антикризисных коммуникаций», «Работа пресс-службы», «Работа с PR-текстами».

В качестве проблемной ситуации студентам предлагается изучить и сопоставить итоги информационного аудита ОмГПУ (внешнее информационное пространство) и контент-анализа сайта вуза (внутреннее информационное пространство) в период кризиса 2016 года.

Описание кейса.

В 2016 году ОмГПУ столкнулся с серьезной репутационной угрозой – бывшему ректору вуза было предъявлено обвинение в растрате бюджетных средств. Наблюдение и анализ материалов СМИ в указанный период показали, что вуз не проводил антикризисную информационную работу, направленную на нивелирование репутационных потерь.

Студентам предлагается проанализировать информационную картину данного периода с внешней и внутренней стороны и выполнить несколько заданий (организуется работа в группах):

1. На основе итогов инфоаудита и контент-анализа сайта сделать выводы об информационной политике вуза в исследуемый период: охарактеризовать информационное поле, работу с целевыми аудиториями, основные месседжи, выявить неиспользованный потенциал информационных поводов, проанализировать аспекты медиаобраза вуза.

2. Сопоставить внешний и внутренний информационные потоки: какие поводы совпадают, где и почему наблюдается разрыв; как освещен негативный инфоповод (обвинение в растрате) во внешнем и внутреннем поле; какова информационная политика университета на фоне негативного информационного фона; сформулировать и охарактеризовать репутационные последствия сложившейся информационной картины.

3. Разработать собственный сценарий информационной работы пресс-подразделения вуза во внешней и внутренней среде со всеми целевыми группами в исследуемый период. Написать PR-тексты, сопровождающие антикризисное реагирование, обосновать выбор жанров текстов, решающих репутационные задачи.

4. Оформить решение для защиты и обсуждения на занятии.

Итоги информационного аудита (на основе базы данных Integrum). Исследуемый период составил полгода, с 01 мая 2016 по 01 ноября 2016.

70 материалов размещено в федеральных СМИ, 206 – в региональных. 197 материалов (около половины сообщений) сосредоточено на ресурсах агрегаторов новостей; в большинстве случаев материалы в региональных интернет-изданиях представляют собой перепечатки.

В основном информация об ОмГПУ была представлена в общественно-политических СМИ, то есть СМИ общей тематики, 3 материала размещено в «Учительской газете» – профильном (независимом педагогическом) издании, и столько же в информационно-аналитических проектах «Русский мир», «Русская планета».

Информационная активность объекта исследования: 93 сообщения в мае, 82 – в июне, 19 и 20 в июле и августе, 40 и 43 в сентябре-октябре. Перерывы в появлении вуза в СМИ в среднем не превышают 4-5 дней. Наиболее активными оказались май и июнь, мощный информационный всплеск произошел в *мае*: 35 сообщений (включая перепечатки) пришлось на 23-27 мая в связи с новостью о выдвинутом бывшему ректору ОмГПУ О.В. Волоху обвинении в растрате бюджетных средств. В *июне* активно циркулировали информационные поводы, связанные с деятельностью губернатора Омской области

В. И. Назарова: «Губернатор Виктор Назаров поручил переиздать учебник «География Омской области» и школьный краеведческий атлас» (при активном участии ОмГПУ) (14 сообщений) и «Стали известны лауреаты молодежной премии губернатора Омской области» (в числе которых коллектив Омского государственного педагогического университета) (29 сообщений). В *октябре* информационный пик связан с сообщением о незаконном строительстве элитного жилья напротив 1 корпуса ОмГПУ.

Содержательный анализ сообщений позволил разделить их на **тематические блоки**: упоминание вуза, преподавателей вуза – 37,3%; деятельность вуза – 19,8%; растрата бюджетных средств – 13,4%; вручение премии губернатора – 9,6%; деятельность студентов, упоминание выпускников – 14,2%; строительство элитного жилья перед корпусом ОмГПУ – 5,5%.

За исследуемые полгода в СМИ не появилось ни одного развернутого материала об ОмГПУ, чаще всего вуз лишь *упоминается* в сообщении.

Наибольшее количество материалов – почти 40% – представляет собой упоминание ОмГПУ в связи с участием в проектах других вузов или администрации, в связи с деятельностью преподавателей вуза (они выступают в качестве членов жюри или экспертов, комментирующих какое-либо событие/явление), а также в связи с предоставлением площадки для проведения мероприятий (вуз как соорганизатор). В этих сообщениях упоминания объекта – одно, реже два, основная интенция – информирование (56%), то есть информация фактологическая, реже – комментирующая.

Около 20% сообщений объединились в блок «Деятельность вуза», куда вошли те материалы, в которых говорится о проходящих в ОмГПУ событиях (43% – околоучебная деятельность ОмГПУ (выборы омбудсмена, участие в социальных проектах), 24% – отчеты о конференциях и форумах, 19% – переиздание учебника по географии при активном участии специалистов ОмГПУ, 14% – проведение географического и этнографического диктантов).

Данный блок можно рассматривать как наиболее перспективный в плане развития информационных поводов. Почти все они принадлежат самому вузу и могли бы стать источником информационных волн.

13,4% сообщений посвящено инкриминированию расхищения денежных средств ректором ОмГПУ. Начало информационной волны – 23 мая. Его освещение происходило по классическому сценарию: сообщение, упоминание подобных инцидентов, добавление информации (об уходе ректора на больничный, об увольнении сотрудников, декларировании доходов ректора, предполагаемой отставке ректора), комментарии привлеченных экспертов.

Встречный информационный поток ОмГПУ (информация на сайте): новости, связанные с деятельностью ректора Волоха (поздравлял студентов с какими-либо событиями, вручал награды, принимал поздравления в связи с 84-летним юбилеем ОмГПУ и даже получал благодарности).

Около 10% сообщений связано с правительственным инфоповодом – вручением молодежной премии губернатора региона. Типичным сообщением стало следующее: *Также молодежную премию Губернатора получит коллектив Омского государственного педагогического университета*. Кто входил в этот коллектив и за что был награжден, ни в одном СМИ не упоминалось.

В среднем 14% сообщений связано со студентами и выпускниками ОмГПУ. Вуз чаще всего просто упомянут как заведение, которое окончил герой публикации. Но около 7% посвящено деятельности студентов ОмГПУ (приняли участие, победили в конкурсе и т.п.). Данное тематическое направление также является перспективным для формирования информационного потока вуза.

И наконец, еще один тематический блок – незаконное строительство элитного жилого дома напротив главного корпуса ОмГПУ. Этот информационный повод инициирован

в СМИ Общероссийским народным фронтом, который совместно с общественностью занимается защитой сквера напротив первого корпуса ОмГПУ, а также фактом переквалификации строительства офисного центра в жилое помещение.

Характер оценок в СМИ. Преобладает положительный характер упоминаний ОмГПУ (38%). Это в основном материалы со ссылкой на ОмГПУ, то есть те, в которых речь идет о проведении конференций (например, в большей части отзывов отмечается высокий уровень организации конференции и даётся положительная оценка содержанию докладов, отмечается актуальность исследований и хороший уровень выступлений и презентаций выступавших); переиздании учебника по географии (отмечено, что именно эксперты ОмГПУ будут задействованы в этой работе); участие вуза в социальных инициативах и проектах (выборы омбудсмена, акция против табакокурения, СПИДа и т.п.); получение премии губернатора.

Приблизительно столько же сообщений можно маркировать как *косвенно положительные* (33%). Здесь вуз включен в позитивный контекст других объектов: других вузов, проектов правительства, администрации; в связи с деятельностью выпускников и сотрудников. В таких материалах ОмГПУ лишь *упоминается*, ему не дается никакой характеристики.

Около 20% **отрицательных оценок** в СМИ – довольно серьезная цифра для такого небольшого периода. Отрицательные оценки связаны в основном с обвинением ректора в растрате и всем, что связано с этой темой; строительством элитного жилья напротив ОмГПУ; невысокими притязаниями педагогов на оплату своего труда.

Остальные сообщения не содержат оценочных коннотаций.

Основной меседж (информационное послание) – информирование. Большинство материалов об ОмГПУ носят **информативный характер** – сообщение о событии, упоминание о вузе. Часть интенций можно описать как позитивная характеристика вуза, а также побуждение (принять участие в его проектах).

Релевантность (степень соответствия тематики материалов проблематике ОмГПУ): в 59% сообщений ОмГПУ упоминается в тексте вскользь, не являясь при этом главным объектом внимания журналистов (речь идет о выпускниках, месте ОмГПУ в рейтингах вузов, преподавателях ОмГПУ, выступающих в качестве экспертов и т.п.); в 18,6% материалов значимость упоминания ОмГПУ в публикации достаточно велика (ОмГПУ является участником совместных проектов (с администрацией Омска, другими вузами, правительством)); 22% материалов полностью посвящено проблематике, связанной с ОмГПУ (это две категории материалов – источником которых является ОмГПУ, а также все материалы по делу О.В. Волоха – негативный информационный повод).

Итоги контент-анализа сайта ОмГПУ. В период с 01.05. по 01.11.2016 на сайте ОмГПУ появилось 349 новостей. Контент разнообразный, только несколько информационных поводов получили освещение на протяжении некоторого периода: подготовка к проведению Форума молодых лидеров стран ШОС, выборов уполномоченного по правам студентов, а также присуждению молодёжной премии губернатора Омской области. Все это свидетельствует о разнообразии событийного ряда в вузе, но при этом около пятой части новостей касались чужих, внешних событий – городских, региональных или общероссийских (Флора-2016, День победы, 300-летие Омска и т.д.).

Содержание новостного раздела сайта за полгода распределяется по нескольким тематическим направлениям.

Самым крупным – около 36% (125) сообщений – является блок «Мероприятия культурно-массовой и воспитательной направленности» (сообщения *непедагогической, непрофильной* направленности: мероприятия городского масштаба (300-летие Омска, творческие конкурсы, экскурсии в музеи, участие в первомайской демонстрации и т.д.);

внутренние события вуза (праздники первокурсников, конкурсы исполнительского мастерства среди студентов, выставки художников, участие студентов в народных дружинах и т.д.).

Отдельно отметим довольно активное освещение деятельности вузовских студенческих сообществ: хора «Лик», команды «Бора-бора», профкома студентов, клуба межкультурной коммуникации «Альянс», волонтерского отряда «Свет», спортивного клуба «Буревестник».

19% новостей (67) посвящено профильной деятельности вуза – проведению научно-педагогических конференций, круглых столов, участию студентов ОмГПУ в педагогических слетах и форумах, приглашения к участию в проектах других вузов, отчетам по мастер-классам приезжих специалистов, стажировкам.

В блок «Внутренняя информация» (50 сообщений) включены новости, которые опубликованы в рубрике «Официально» и содержат приказы и распоряжения министерств и ректората, а также сообщения о внутренних официальных событиях и достижениях вуза (например, Открытие лектория «Навстречу 300-летию Омска: вуз, полезный городу», ОмГПУ признан лидером в сфере реализации молодежной политики в Омском регионе, ОмГПУ в очередной раз выиграл грант американской программы Fulbright, ОмГПУ получил сертификат качества); поздравления с юбилеями преподавателей и кафедр. За исследуемые полгода на сайте было опубликовано два интервью со специалистами ОмГПУ. Эти материалы можно рассматривать как удачные информационные продукты, они положительно характеризуют вуз и его выпускников.

Около 8% сообщений (27) посвящено объявлениям о конкурсах, грантах, стажировках, к участию в которых приглашаются студенты и преподаватели вуза.

Примерно 7% материалов (23) составляют сообщения об участии ОмГПУ в социальных проектах регионального и российского масштаба – акции против табакокурения, против терроризма, а также участие в акции Министерства здравоохранения по борьбе с ВИЧ-инфекцией.

18 сообщений касаются деятельности ректора ОмГПУ, связанной с получением благодарственных писем и поздравлений и с собственно поздравлениями от имени ректора. Содержательный обзор материалов за полгода показал, что освещение получила в основном представительская деятельность ректора: он произносил речи на открытии мероприятий, на праздниках; от его имени размещены поздравления студентов и депутатов, прошедших в Государственную думу. О событиях, связанным с выдвинутым против ректора обвинением, на сайте не опубликовано ничего.

Отдельный блок составили сообщения о победах и достижениях студентов ОмГПУ (победы в спортивных состязаниях, творческих конкурсах) – 4,3 % (15).

Большинство сообщений – это объявления, то есть фактологическая безоценочная информация. Это сообщения о проходящих в ОмГПУ, городе Омске и регионах мероприятиях как педагогического профиля, так и социальной проблематики.

Около 39% сообщений с места проведения мероприятий, репортажи содержат фотографии, иногда – комментарии участников, оценки. И 13% новостей представляют собой официальную информацию. Остальные рубрики были представлены 1-2 сообщениями.

Характер оценок материалов на сайте очевидно положительный либо нейтральный, если речь идет об официальных документах или событиях.

К данному описанию кейса в качестве вспомогательных материалов студентам предлагаются сводные таблицы и графики, детализирующие исследования.

Аналитическая часть работы над кейсом должна привести студентов к следующим основным выводам.

1. Информационный аудит позволяет выявить позитивные аспекты медиаобраза ОмГПУ на момент проводимых исследований:

– *специалисты*, выступающие в качестве *ключевых спикеров, экспертов, членов жюри* различных профильных конкурсов. Это направление следует усиливать, также как и связанное с успешной деятельностью *выпускников ОмГПУ*;

– *профессионализм* сотрудников и *высокий уровень подготовки* студентов, благодаря которым ОмГПУ привлекается к областным проектам, инициированным правительством и администрацией;

– организация и проведение *педагогических конференций, отражающих современные тренды* в педагогической науке; данное направление следует активно поддерживать, формируя образ ОмГПУ как флагамена современной педагогической науки и воспитательной деятельности;

– *социальная активность ОмГПУ* – участие в акциях, связанных со здоровым образом жизни.

К проблемным аспектам медиаобраза ОмГПУ относятся:

– скандальный характер деятельности бывшего высшего руководства вуза, отсутствие антикризисной программы действий в связи с репутационными потерями и – как следствие – **отрицательная персонификация** вуза лишь в связи с ректором, обвиняемым в уголовном преступлении. Фрагментарное упоминание иных персон не способно изменить эту тенденцию;

– недостаточное освещение деятельности вуза **по профилю** – то есть профессиональной, экспертной деятельности, рассчитанной на укрепление имиджа ведущего педагогического вуза региона;

– преимущественно информационный, констатирующий характер сведений об ОмГПУ в СМИ, отсутствие разнообразия в жанрах, скучное содержание материалов, отсутствие оценочной информации, высказываний и мнения выпускников – все это не стимулирует интереса к вузу.

2. В исследуемый период вуз попадал в СМИ чаще стихийно, чем целенаправленно, в связи с чужими информационными поводами. Но у ОмГПУ в течение исследуемого периода было несколько собственных информационных поводов, которые могли бы запустить информационную волну: проведение «Тотального экзамена» по литературе, Ярмарка педагогических идей «Достижения молодых», Открытие лектория «Навстречу 300-летию Омска: вуз, полезный городу» и др.

3. Содержательные совпадения внешнего и внутреннего информационных потоков связаны с форумом ШОС, вручением премии губернатора, выборами уполномоченного по правам студентов, победой студентов ОмГПУ во всероссийском конкурсе научных и творческих работ «Социализация, воспитание, образование детей и молодежи». При этом характер информации в СМИ и в этом случае – фактологический, не содержит аналитики, комментариев. В нем расставлены акценты в интересах других объектов, не ОмГПУ.

Общим в обоих информационных потоках можно назвать освещение деятельности ОмГПУ как соорганизатора и участника различных мероприятий, как педагогических, так и *чаще* общественных и социальных. По всей вероятности, это вполне объяснимо: информация на сайте в этих случаях служит источником информации для СМИ. Другое дело, что освещается она в фактологическом, информационном ключе, без определенных, явно высказанных оценок, без правильных акцентов. И следовало бы усилить профессиональное направление деятельности, а не только социальное и воспитательное.

Остальные события вуза освещены на сайте, но не в СМИ.

4. Информационный разрыв внешнего и внутреннего потоков связан с негативным инфоповодом – обвинением ректора ОмГПУ в хищении федеральных средств. В то время как в СМИ эта новость активно тиражировалась, дополнялась и раскручивалась, на сайте ОмГПУ деятельность ректора освещалась в прежнем ключе и за исследуемые

полгода было опубликовано несколько благодарственных писем на имя ректора, а также поздравления в его адрес.

Следов антикризисной информационной работы вуза не было ни в СМИ, ни на сайте вуза. То есть информационная работа ни с внешней, ни с внутренней общественностью не проводилась.

5. Информационный образ ОмГПУ по данным СМИ и по данным сайта не совпадает, а имеет лишь области пересечения. Характер освещения деятельности вуза в СМИ, оценочный ряд и данные о релевантности транслируют отсутствие целенаправленной информационной работы в этот период.

Информация на сайте гораздо более разнообразна, демонстрирует активную деятельность вуза и в профессиональном поле, и в социальном, но следует расширить аудиторию информационного воздействия, разнообразить новостные жанры, усилить те тематические направления, которые могли бы выгодно позиционировать вуз в региональном информационном пространстве.

Проектная часть работы над кейсом предполагает разработку информационной стратегии, призванной эффективно преодолеть репутационные потери в кризисной ситуации.

Обсуждение результатов групповых работ студентов полезно направить в методологическое русло, обобщив перечень профессиональных технологий, применяемых в информационной, репутационной, антикризисной работе специалиста по связям с общественностью.

Варианты заданий к описанной задаче могут быть, безусловно, преобразованы в соответствии с конкретной целью дисциплины или занятия, а также дополнены, например, заданием провести аналогичные исследования текущей информационной ситуации и сравнить полученные результаты.

Список литературы

1. Баринаева, Н. В. Использование кейс-метода при обучении студентов вуза как фактор повышения качества образования // Проблемы современной науки и образования. 2016. № 22 (64). С. 70–72.
2. Емалетдинов, Б. М. Проблема мотивации учебной деятельности студентов // Вестник Башкирского университета. 2010. №15 (2). С. 521–527.
3. Зыкова, С. Н. Содержание коммуникативного образования: принципы коммуникативной дидактики // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 302. С. 43–45. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000490967> (дата обращения: 10.01.2020).
4. Исаева, Е. Р. Новое поколение студентов: психологические особенности, учебная мотивация и трудности в процессе обучения первого курса // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2012. № 4 (15). URL: <http://medpsy.ru> (дата обращения: 09.01.2020).
5. Меркулов, Э. В., Орешкин, А. С. О проблеме мотивации учебной деятельности студентов в условиях обучения в вузе // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 3 (11). С.82–84.
6. Мясоедов, С. Человек нового поколения: чему надо учить современных студентов // Журнал FORBES. 01.06.2018. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/362033-chelovek-novogo-pokoleniya-chemu-nado-uchit-sovremennyh-studentov> (дата обращения: 09.01.2020).
7. Приказ Минобрнауки РФ от 29.03.2010 N 221 (ред. от 31.05.2011) «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта

высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 11.05.2010 N 17166). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71355/ (дата обращения: 10.01.2020).

8. Селеменова, Т. А., Крюкова, М. С. О видах барьеров в педагогическом взаимодействии // Современное образование: содержание, технологии, качество. 2015. № 2. С. 170–173.

9. Тихомирова, Т. С., Кочетков, Н. В. Взаимосвязь мотивации к обучению и рефлексии студентов бакалавриата очной формы обучения // Психологическая наука и образование. 2018. № 23 (6). С. 97–106. URL: <http://doi.org/10.17759/pse.2018230609> (дата обращения: 10.01.2020).

10. Федоринова, З. В., Солоненко, А. В., Власова, Е. А. Влияние технологии case-study на качество коммуникации участников образовательного процесса // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2. URL: www.science-education.ru/122-17980/ (дата обращения: 12.01.2020).

11. Яковлева, Е. В. Современные подходы к организации обучения студентов в вузе // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2018. № 8 (197). С. 163–168.

EXPERIENCE IN IMPLEMENTING AN INTERDISCIPLINARY APPROACH TO TEACHING BACHELORS OF ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

N. V. Vagenlyaytner

Omsk State Pedagogical University, Omsk, natalia_wg@mail.ru

The article describes the experience of using case technology as an interactive method of forming students' skills in a comprehensive analysis of a problem situation. A professional task is to describe the results of an information audit of a pedagogical university and content analysis of its website during the onset of a reputation crisis. A detailed description of the university's information field in the external (in the media) and internal (on the website) environments as a training task is intended to demonstrate the results of the university's information activity (or lack thereof) and their impact on its reputation, especially during the crisis.

The proposed case is a multi-faceted professional task: when solving it, it is necessary to use the skills acquired in studying anti-crisis communications, reputation management, the work of the press service, and the creation of PR texts.

Students are offered two-stage work on the case. In the analytical part, it is necessary to study research and draw conclusions about the university's information policy in the period under review; to compare external and internal information flows to clarify matches and gaps; to characterize the features of coverage of a negative informational occasion in the external and internal field; to formulate and characterize the reputational consequences of the existing information picture.

In the design part of the work on the case, students are invited to develop their own scenario for the information work of the university's press department in the external and internal environment with all target groups in the study period; write PR texts that accompany the crisis response, justify the choice of genres of texts that solve reputation problems. The use of active teaching methods, which include case technology, is a prerequisite for the effective training of modern bachelors.

Key words: active learning, case-study, information audit, reputation, crisis, multidisciplinary approach, public relations

References

1. Barinova, N. V. (2016). Ispol'zovanie keys-metoda pri obuchenii studentov vuza kak faktor povysheniya kachestva obrazovaniya [The use of the case-method for teaching university students as a factor in improving the quality of education], in: *Problemy sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Problems of modern science and education], no. 22 (64), pp. 70–72. (In Russ.).
2. Emaletdinov, B. M. (2010). Problema motivatsii uchebnoy deyatel'nosti studentov [The problem of motivation for student learning activities], in: *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], no. 15 (2), pp. 521–527. (In Russ.).
3. Zykova, S. N. (2007). Soderzhanie kommunikativnogo obrazovaniya: printsipy kommunikativnoy didaktiki [The content of communicative education: the principles of communicative didactics], in: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University], no. 302, pp. 43–45, available at: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000490967>, accessed 10.01.2020. (In Russ.).
4. Isaeva, E. R. (2012). Novoe pokolenie studentov: psikhologicheskie osobennosti, uchebnaya motivatsiya i trudnosti v protsesse obucheniya pervogo kursa [A new generation of students: psychological characteristics, educational motivation and difficulties in the process of first-year education], in: *Meditsinskaya psikhologiya v Rossii: elektron. nauch. zhurn.* [Medical Psychology in Russia: electronic scientific journal], no. 4 (15), available at: <http://medpsy.ru>, accessed 10.01.2020. (In Russ.).
5. Merkulov, E. V. and Oreshkin, A. S. (2016). O probleme motivatsii uchebnoy deyatel'nosti studentov v usloviyakh obucheniya v vuze [On the problem of motivation for educational activities of students in the context of studying at the university], in: *Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii* [Modern trends in the development of science and technology], no. 3 (11), pp. 82–84. (In Russ.).
6. Myasoedov, S. (2018). Chelovek novogo pokoleniya: chemu nado uchit' sovremennykh studentov [A man of a new generation: what should be taught to modern students], in: *Zhurnal FORBES* [FORBES Magazine], available at: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/362033-chelovek-novogo-pokoleniya-chemu-nado-uchit-sovremennykh-studentov>, accessed 10.01.2020. (In Russ.).
7. *Prikaz Minobrnauki RF ot 29.03.2010 N 221 (red. ot 31.05.2011) «Ob utverzhdenii i vvedenii v deystvie federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego professional'nogo obrazovaniya po napravleniyu podgotovki 031600 Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu (kvalifikatsiya (stepen') «bakalavr»)» (Zaregistrirvano v Minyuste RF 11.05.2010 N 17166)* [Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation of March 29, 2010 N 221 (as amended on May 31, 2011) “On the approval and enactment of the federal state educational standard of higher professional education in the field of training 031600 Advertising and public relations (qualification (degree) “Bachelor”)” (Registered in the Ministry of Justice of the Russian Federation)], available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71355/, accessed 10.01.2020. (In Russ.).
8. Selemeneva, T. A., Kryukova, M. S. (2015). O vidakh bar'erov v pedagogicheskom vzaimodeystvii [On the types of barriers in pedagogical interaction], in: *Sovremennoe obrazovanie: sodержanie, tekhnologii, kachestvo* [Modern Education: Content, Technologies, Quality], no. 2, pp. 170–173. (In Russ.).
9. Tikhomirova, T. S. and Kochetkov, N. V. (2018). Vzaimosvyaz' motivatsii k obucheniyu i refleksii studentov bakalavriata ochnoy formy obucheniya [The relationship of motivation for learning and reflection of undergraduate full-time students], in: *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological science and education], no. 23 (6), pp. 97–106, available at: <http://doi.org/10.17759/pse.2018230609>, accessed 10.01.2020. (In Russ.).

10. Fedorinova, Z. V., Solonenko, A. V. and Vlasova, E. A. (2015). Vliyanie tekhnologii case-study na kachestvo kommunikatsii uchastnikov obrazovatel'nogo protsessa [The influence of case-study technology on the quality of communication of participants in the educational process], in: *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education], no. 2, available at: www.science-education.ru/122-17980/ , accessed 10.01.2020. (In Russ.).

11. Yakovleva, E. V. (2018). Sovremennye podkhody k organizatsii obucheniya studentov v vuze [Modern approaches to the organization of student learning at the university], in: *Vestnik TGPU* [TSPU Bulletin], no. 8 (197), pp. 163–168. (In Russ.).

Наталья Викторовна Вагенляйтнер – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и лингводидактики, Омский государственный педагогический университет.

natalia_wg@mail.ru.