

**Фирстов Алексей Владимирович**

студент

**Исламов Артем Эдикович**

канд. пед. наук, доцент

Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский  
(Приволжский) федеральный университет»  
г. Елабуга, Республика Татарстан

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ СМЕШАННОГО ОБУЧЕНИЯ В КУРСЕ «ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ»**

***Аннотация:** в статье рассматриваются возможности применения технологий смешанного обучения при преподавании курса «Дизайн в рекламе» в системе профессионального образования. Анализируются различные модели смешанного обучения, которые могут быть реализованы на разных уровнях организации учебного процесса: на уровне учебного плана, отдельного учебного предмета, темы или раздела, конкретного учебного занятия, а также в зависимости от выбранной преподавателем образовательной технологии. На основе изучения типологии и педагогической эффективности моделей смешанного обучения авторы обосновывают, что для преподавания курса «Дизайн в рекламе» наиболее подходящей является модель «Очный запуск» (Face-to-Face Driver). В статье предлагается схема траектории освоения студентами разделов курса с учетом особенностей выбранной модели и специфики самого курса «Дизайн в рекламе».*

***Ключевые слова:** дизайн, реклама, студент, смешанное обучение.*

В условиях активного внедрения цифровых технологий во все сферы жизни человека, методики и подходы к образовательному процессу также претерпевают существенные трансформации. Современные тенденции диктуют необходимость более широкого использования дистанционных и онлайн-форматов обучения, обеспечивающих большую гибкость и доступность образования. Однако

при этом важно не утратить ценность непосредственного очного взаимодействия между преподавателем и студентом, живого диалога и обмена опытом.

Одним из наиболее перспективных и востребованных решений в этой связи становится концепция смешанного обучения (blended learning). Ее суть заключается в рациональном сочетании традиционных офлайн-форматов (лекции, семинары, практические занятия и т. д.) и современных технологий онлайн-обучения (видеокурсы, вебинары, виртуальные тренажеры и симуляторы и пр.). Правильно выстроенный гибридный образовательный процесс позволяет обеспечить индивидуализацию учебных траекторий, обеспечить практически неограниченную доступность учебного контента и повысить вовлеченность студентов [3]. В рамках смешанного обучения могут применяться различные модели сочетания очных и дистанционных форматов. Одной из наиболее распространенных считается ротационная модель. В ее основе лежит принцип регулярного чередования периодов электронного онлайн-обучения и традиционной очной работы в классе под руководством преподавателя. При этом модель подразумевает четкое структурирование и детальное планирование графика ротации этих двух форматов на уровне расписания учебных занятий [4].

Еще одним востребованным вариантом является гибкая модель смешанного обучения. Ее отличительной особенностью выступает предоставление студентам большей свободы в выборе места, времени и темпа обучения. Студенты самостоятельно определяют пропорции очного и дистанционного форматов, основываясь на собственных предпочтениях и возможностях. При этом ключевым требованием является высокий уровень самодисциплины и мотивации обучающихся.

Для программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки хорошо зарекомендовала себя модель «перевернутого класса». Она предполагает, что студенты самостоятельно знакомятся с теоретическими материалами в электронном виде – лекциями, текстами, видео. А непосредственно на очных занятиях проходит углубленная совместная работа с преподавателем – обсуждение теории, разбор кейсов, отработка практических навыков. Существенным

преимуществом модели является возможность наиболее рационально и продуктивно использовать аудиторное время под руководством преподавателя.

Концепция смешанного обучения предлагает широкий выбор различных комбинаций очных и дистанционных образовательных форматов. Главная ее задача – возрастание эффективности деятельности в результате интеграции, эффекта от разумного объединения преимуществ классического офлайн-обучения и современных онлайн-технологий. Грамотное внедрение принципов смешанного обучения способно существенно повысить эффективность и качество образовательного процесса, сделать его более гибким, персонализированным и доступным для обучающихся [1]. Для выбора наиболее подходящего варианта использования смешанного обучения в преподавании курса «Дизайн в рекламе» исследуем модели указанного обучения.

В.И. Блинов и И.С. Сергеев исследуя типологию, педагогическую эффективность и условия реализации модели смешанного обучения в профессиональном образовании, указывают на то, что многообразие возможных моделей смешанного обучения объясняется тем, что те или иные сочетания форматов офф- и онлайн-обучения могут быть реализованы на различных ярусах организации обучения [2]. Анализируя возможности различных моделей смешанного обучения, применительно к преподаванию дисциплины «Дизайн в рекламе» студентам колледжей, приходим к выводу о том, что наиболее подходящей является «Очный запуск» (Face-To-Face Driver).

Опишем организацию деятельности участников образовательного процесса по данной модели. Преподаватель осуществляет «запуск» раздела или темы: он объясняет новый материал, отвечает на вопросы, дает необходимые пояснения к выполнению заданий, показывая примеры выполнения. Затем студенты самостоятельно, в онлайн-режиме, проходят этапы закрепления и контроля знаний. На данном часто этапе происходит коллективная работа по взаимооценке.

Модель «Очный запуск» предполагает, что в очном формате реализуются не только установочные действия на изучение нового материала, но и другие очные мероприятия: пояснение хода выполнения творческих и практических работ,

обеспечение обратной связи при выполнении практической части работ, совместная работа по формированию нового содержания обучения.

Модель имеет ряд положительных аспектов для изучения курса «Дизайн в рекламе». Изучение новой темы начинается с очного взаимодействия с преподавателем, что позволяет ему задать мотивационно-психологическую установку, расставить акценты, предупредить возможные сложности. Дальнейшая самостоятельная работа студентов должна сопровождаться очными консультациями преподавателя, так как студентам требуется помощь при применении новых знаний на практике, а данная модель предоставляет такую возможность. Данная модель подходит для работы с мотивированными студентами, очевидно, что это хорошо ложится на профессиональное обучение. Модель предполагает возможность работы в малых группах.

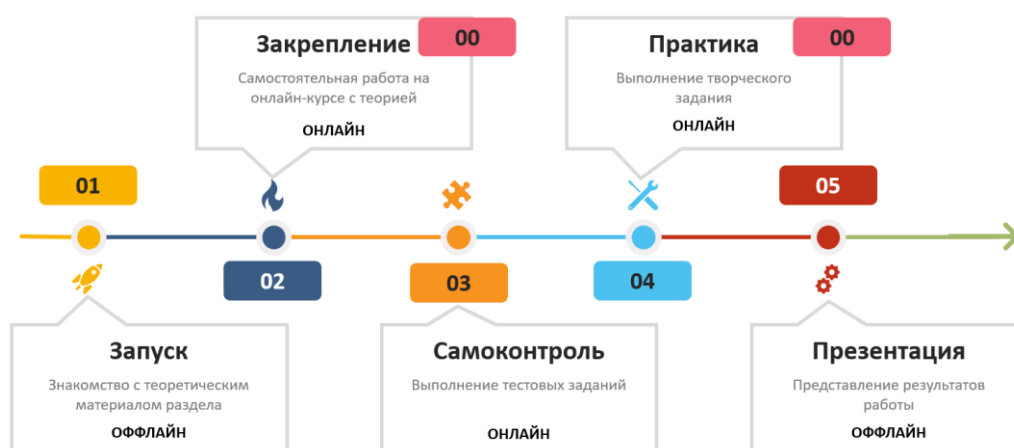


Рис. 1. Траектория обучения студентов по модели «Очный запуск»

Другое основание для выбора модели смешанного обучения «Очный запуск» – специфика учебного материала курса «Дизайн в рекламе». Данная модель подходит для разделов и тем, предполагающих формирование относительно простых стандартных умений, отработку достаточно простых навыков либо использование ранее освоенных умений и навыков для решения новых задач. Такие задачи доступны студентам для самостоятельного выполнения без помощи преподавателя. В нашем случае подходит второй вариант, так как основы дизайна уже изучены студентами, а сами задания требуют творческого подхода к их выполнению.

Итак, «Очный запуск» хорошо подходит для подготовки будущих дизайнеров в области дизайна рекламы: когда после первоначального разбора принципов выполнения конкретного задания студенты самостоятельно выполняют его, готовят презентационные материалы и доклад.

Деятельность обучающиеся стоит по траектории, изображенной на Рисунке 1, где:

01 – «Запуск», знакомство с теоретическим материалом раздела: на очном занятии преподаватель представляет содержание нового раздела онлайн-курса, знакомит с ключевыми теоретическими концепциями, расставляет акценты, отвечает на вопросы.

02 – «Закрепление», самостоятельная работа на онлайн-курсе с теорией: студенты переходят к самостоятельному изучению теоретического материала онлайн-курса. Они знакомятся с лекциями, видеоматериалами, презентациями, электронными учебными пособиями, на основе которых формируют базовые знания по дизайну рекламы.

03 – «Самоконтроль», выполнение тестовых заданий с целью самопроверки и закрепления: параллельно с изучением теории студенты выполняют интерактивные тесты, задания на соответствие, задания с открытыми ответами и другие виды контрольных мероприятий, встроенные в онлайн-курс. Это позволяет им проверить уровень усвоения материала и закрепить полученные знания.

04 – «Практика», выполнение творческого практического задания: на основе полученных теоретических знаний студенты приступают к выполнению творческого практического задания. Оно может предполагать разработку рекламного образа, компоновку макета, создание фирменного стиля и т. п. Данный этап предполагает применение проектных приемов дизайна рекламы.

05 – «Презентация», представление результатов работы на учебной конференции: завершающим этапом является презентация студентами результатов своей работы – разработанных рекламных образов, макетов, фирменных стилей и т. д. Это может происходить в формате учебной конференции, где студенты

представляют свои проекты, отвечают на вопросы аудитории и получают оценку своей деятельности.

00 – Консультирование с преподавателем: в случае возникновения вопросов или затруднений при выполнении практического задания студенты могут обратиться к преподавателю за очной или дистанционной консультацией. Преподаватель оказывает необходимую методическую помощь, дает рекомендации, отвечает на вопросы.

Далее цикл повторяется при переходе к следующему разделу курса «Дизайн в рекламе». Таким образом, обеспечивается последовательное, итеративное освоение всех разделов курса.

Важным дидактическим условием результативности данной модели является наличие качественного онлайн-курса для этапа самостоятельной работы по отработке знаний, умений и навыков. Для обеспечения достаточного уровня учебной мотивации должны быть предусмотрены задания разного уровня сложности и в разном формате, а также возможность работы в индивидуальном темпе. Это позволит мотивированным и успевающим студентам быстро освоить простые умения и навыки и сосредоточиться на более сложном материале. Ещё одним важным условием является эффективная коммуникация студента с преподавателем, а также студентов между собой, обеспечивающая поддержание мотивации и оперативную оценку выполняемых заданий.

Контроль по итогам прохождения раздела или темы может осуществляться как в онлайн, так и в очном формате, в зависимости от специфики темы, уровня подготовленности группы и характера формируемых компетенций (например, навыки публичной презентации требуют очного формата).

Таким образом, преподавание дисциплины «Дизайн в рекламе» в системе среднего профессионального образования на основе использования смешанного формата обучения открывает перспективные возможности. Разработанная образовательная траектория движения студента, позволит обеспечить более эффективное формирование у студентов необходимых профессиональных компетенций. При этом возможность гибкого планирования индивидуальных

образовательных траекторий для каждого обучающегося повысит их вовлеченность и мотивацию к освоению этой важной дисциплины.

### *Список литературы*

1. Абакумова М.В. Сравнительный анализ применения различных моделей смешанного обучения иностранному языку студентов экономических направлений / М.В. Абакумова, Е.А. Иванова, М.В. Полякова // Современные наукоемкие технологии. – 2023. – №12–2. – С. 270–275. – DOI 10.17513/snt.39893. – EDN QPYSEU.

2. Блинов В.И. Модели смешанного обучения в профессиональном образовании: типология, педагогическая эффективность, условия реализации / В.И. Блинов, И.С. Сергеев // Профессиональное образование и рынок труда. – 2021. – №1 (44). – С. 4–25. – DOI 10.24412/2307–4264–2021–01–04–25. – EDN SBGWPX.

3. Radzitskaya Y. Nanolearning approach in developing professional competencies of modern students: Impact on self-regulation development / Y. Radzitskaya, A. Islamov // Journal of Computer Assisted Learning. – 2024. – №40 (3). – Pp. 1154–1165.

4. Zuo L. Efficiency of Outsourcing and Outstaffing Mechanisms Based on MOOCs in the Market of Entrepreneurial Education Services / L. Zuo, V. Shestak, S. Vlasova, A. Islamov // International Journal of Emerging Technologies in Learning. – 2021. – №16 (2). – Pp. 135–148. DOI 10.3991/ijet.v16i02.18821. EDN OJFJMK