

Абалян Жанна Арменовна

преподаватель

ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

Пивнева Светлана Валентиновна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

г. Москва

DOI 10.31483/r-152287

ИНТЕГРАТИВНАЯ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ (НАПРАВЛЕНИЕ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»)

***Аннотация:** статья посвящена теоретическому обоснованию и практическому наполнению использования интегративной модели обучения на базе ротации станций для повышения эффективности иноязычного обучения студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Модель сочетает офлайн и онлайн-компоненты, включая генеративный искусственный интеллект (ИИ) и другие нейросети на базе ИИ, для дифференциации заданий по уровню сложности, интересам и стилям обучения студентов.*

***Ключевые слова:** английский язык, персонализация обучения, ротация станций, смешанное обучение, искусственный интеллект.*

Процессы цифровизации и информатизации, появление новых возможностей и инструментов искусственного интеллекта требуют пересмотра подходов к обучению иностранным языкам в профессиональном образовании. Параллельно с этим меняются требования работодателей к будущим специалистам в области рекламы и связей с общественностью. В этих условиях владение английским языком является ключевым навыком для будущего рекламиста. Специалист в области рекламы, владеющий английским языком на высоком уровне, получает

конкурентное преимущество на рынке труда: он способен анализировать современные тренды в иноязычном медиапространстве, читать профессиональную литературу на иностранном языке, а также точно оперировать профессиональными терминами, большая часть из которых заимствована из английского языка. Таким образом, необходимость качественной иноязычной подготовки в процессе обучения в вузе подтверждается следующими факторами:

- запрос работодателей на специалистов в области рекламы и связей с общественностью, способных работать в глобальном медиапространстве;
- технологический прогресс [1];
- профессиональная необходимость.

В процессе обучения студентов-рекламистов английскому языку преподаватели сталкиваются с внутригрупповой разнородностью исходного языкового уровня, а также недостаточно высоким уровнем мотивации и заинтересованности в иноязычной подготовке, что связано с нелингвистической направленностью будущей профессии обучающихся. Для преодоления данных трудностей преподавателям английского языка необходимо внедрять адаптивные методы обучения и практико-ориентированные подходы. Это обосновывает целесообразность внедрения персонализированных моделей обучения, подразумевающих, что «в центре внимания обучения находится учащийся, который проявляет инициативу по отношению к обучению, выбирает учебные цели и способы их достижения, планирует свою работу и несёт ответственность за результат, работая в зоне своего ближайшего развития» [2, с. 134]. По мнению большинства исследователей в области педагогики, персонализированный подход может стать наиболее эффективной основой образовательного процесса [3–5].

В данной статье рассматривается интегративная ротационная модель для реализации персонализированного обучения английскому языку студентов направления «Реклама и связи с общественностью».

Интегративная ротационная модель относится к формам смешанного обучения и сочетает онлайн и офлайн форматы обучения. Среди ее основных преимуществ следует выделить:

- гибкость, адаптивность, возможность персонализировать учебный контент;
- более рациональное использование времени аудиторного занятия;
- положительное влияние на успеваемость и мотивацию за счет создания гибкой образовательной среды, развивающей учебную автономию, разнообразие и вариативность методов и материалов обучения, большую степень вовлеченности студентов в образовательный процесс [6].

«Модель ротации станций на занятиях по английскому языку, как правило, включает в себя три станции: групповую работу (дебаты, обсуждения, круглые столы, проекты и т. д.), онлайн-станцию (использование интернет-ресурсов для прохождения тестов, онлайн-упражнений, поиска информации и т. д.) и станцию работы с преподавателем (непосредственный контакт преподавателя и студентов)» [7, с. 108].

Однако реализация онлайн-станции, ограничивающаяся использованием традиционных интернет-платформ не способна в полной мере учитывать индивидуальные особенности обучающихся, что, в свою очередь, ограничивает возможности персонализации образовательной модели. Инструменты искусственного интеллекта (Twee.com, DeepSeek, Quizizz и другие) предлагают возможности генерации учебных упражнений под необходимые запросы, а также дополнять курс материалами, ориентированными под профессиональные нужды будущих рекламистов. Е.Ю. Костюкович пишет об использовании ИИ в учебном процессе, как о «концепции естественного познания, что обеспечивает навык познавательной самостоятельности» [8]. П.В. Сысоев и Е.М. Филатов отмечают высокий уровень «объема и качества обратной связи от ИИ по структуре и аргументации» [9]. Целенаправленное использование персонализированных ИИ-инструментов помогает обучающимся преодолевать языковые и психологические трудности при говорении, устранять индивидуальные пробелы.

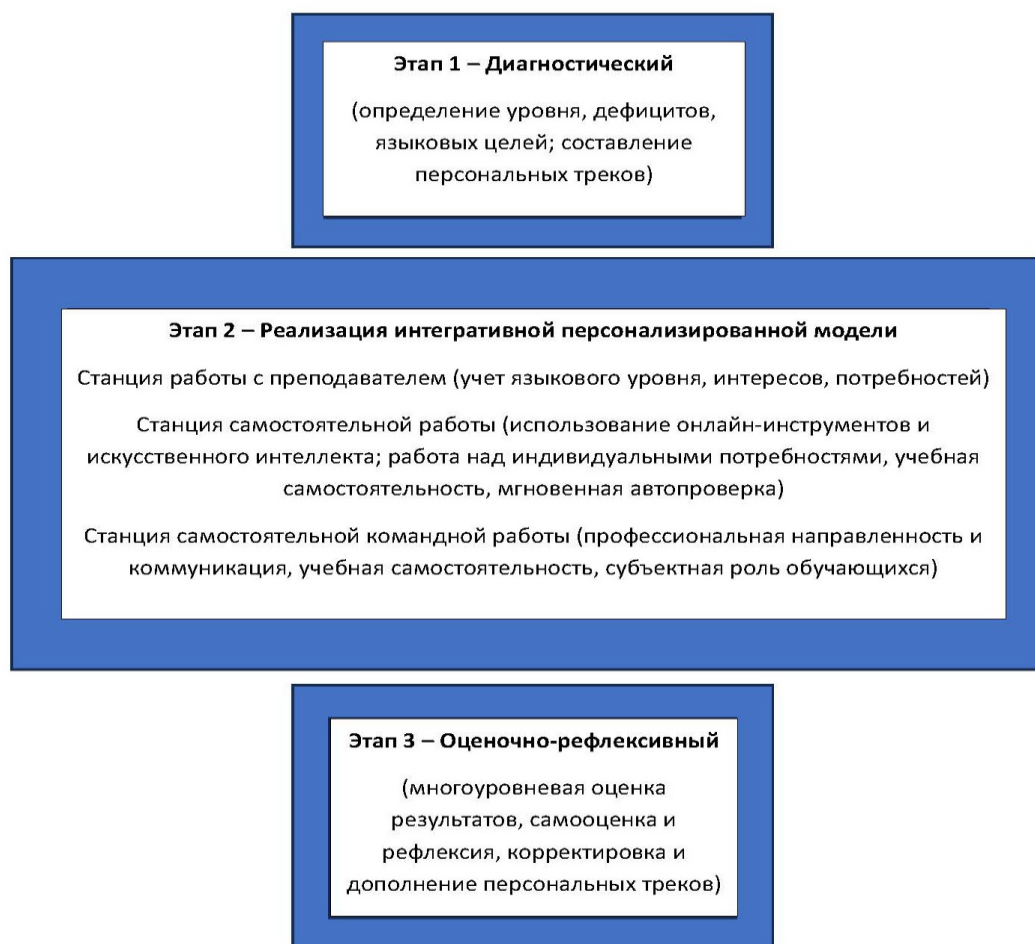


Рис. 1. Схема реализации интегративной персонализированной модели

Группы на учебных станциях формируются на основе уровня владения языком, предпочитаемого стиля обучения (аудиальный, вербальный, визуальный и кинестетический – доминирующие каналы восприятия), интересов и другим признакам. Это позволяет дифференцировать содержание и темп работы.

Ниже приведены примеры типов заданий для каждой станции в рамках интегративной персонализированной иноязычной модели при изучении темы «Employing a social media marketing manager» в зависимости от предпочитаемого стиля обучения.

Таблица 1

Доминирующие стили обучения студентов в рамках интегративной модели

Учебная станция /	визуальный	аудиальный	вербальный
-------------------	------------	------------	------------

доминирующий стиль обучения			
Онлайн-станция	Анализ инфографики по требованиям к SMM-менеджерам, создание мудборда с помощью онлайн-инструментов (Padlet), работа с лексикой – соединить слово и картинку	Просмотр и анализ подкастов, интервью с кандидатами на позицию SMM-менеджера, выполнение упражнений на онлайн-платформах	Написание и редактирование вакансий с помощью инструментов ИИ (чат-бот)
Групповая станция	Создание визуальной презентации на тему «Идеальный кандидат на должность SMM-менеджер»	Групповое обсуждение кейса, составление совместного подкаста	Мозговой штурм ключевых компетенций для SMM-менеджера, ролевая игра «Собеседование»
Станция с преподавателем	Индивидуальный разбор ошибок, просмотр видео	Отработка ролевой игры «Собеседование», прослушивание аудиозаписи, фокус на произношении слов и интонации	Работа над написанием мотивационного письма, анализ фраз для его написания

Апробация модели в группах 1 и 2 курса направления «Реклама и связи с общественностью» показала статистически значимый рост среднего балла по итоговому тестированию, а результаты анкетирования – рост мотивации к изучению английского языка по сравнению с контрольной группой. Таким образом, предложенная в рамках данной статьи интегративная ротационная модель персонализированного обучения, дополненная инструментами искусственного интеллекта, позволяет эффективно преодолевать проблему смешанного языкового уровня в группах, низкой мотивации обучающихся и обеспечивает профессионально-ориентированную направленность курса для формирования необходимых компетенций у будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Список литературы

1. Evaluating the Connectional Benefits of Artificial Intelligence in the Digital Classroom / S. Pivneva, Zh. Abalyan, S. Zolotareva, P.V.K. Raja // Smart Computing Paradigms: Artificial Intelligence and Network Applications: Proceedings of Sixth

International Conference on Smart Computing and Informatics (SCI 2024), Visakhapatnam, India, 19–20 апреля 2024 года. Vol. 1147–1. Springer Singapore: Springer Singapore, 2024. P. 167–181. DOI 10.1007/978-981-97-7880-5_15. EDN RWMINO.

2. Персонализированная модель образования с использованием цифровой платформы // Вклад в будущее. Благотворительный фонд Сбербанка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vbudushee.ru/> (дата обращения: 16.09.2025).

3. Моисеева Т.В. Персонализация образования – новое направление высшей профессиональной школы / Т.В. Моисеева // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – №1 (104). – С. 78–82. – DOI 10.24412/1991-5497-2024-1104-78-82. – EDN HDUVAB.

4. Елсакова Р.З. Персонализация электронного обучения студентов вуза на основе искусственного интеллекта: современное состояние проблемы / Р.З. Елсакова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2023. – Т. 15. №4. – С. 82–102. – DOI 10.14529/ped230407. – EDN FSVHNN.

5. Воробчикова Е.О. Персонализация как ключевой принцип обучения взрослых в условиях цифровизации / Е.О. Воробчикова // Вестник Мининского университета. – 2025. – Т. 13. №1 (50). – DOI 10.26795/2307-1281-2025-13-1-1. – EDN QLPXPL.

6. López-Pérez M.V., Pérez-López M.C., Rodríguez-Ariza L. (2011). Blended learning in higher education: Students' perceptions and their relation to outcomes. *Computers & Education*, 56 (3), 818–826.

7. Абалян Ж.А. Использование метода ротации станций при обучении английскому языку в неязыковых вузах / Ж.А. Абалян // Преподаватель XXI век. – 2022. – №1–1. – С. 105–116. – DOI 10.31862/2073-9613-2022-1-105-116. – EDN XTRVKV.

8. Костюкович Е.Ю. Применение искусственного интеллекта в обучении английскому языку в вузе / Е.Ю. Костюкович // Современное педагогическое образование. – 2023. – №1. – С. 492–496. – EDN JDLTKX.

9. Сысоев П.В. Методика обучения учащихся и студентов написанию эссе в триаде «обучающийся – преподаватель – искусственный интеллект» / П.В. Сысоев, Е.М. Филатов // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024. – №2. – С. 38–54. – DOI 10.55959/MSU-2074-1588-19-27-2-3. – EDN IVCGTO.