

Патласов Олег Юрьевич

д.э.н., профессор, проректор по международной деятельности, заведующий кафедрой коммерции, маркетинга и рекламы Омской гуманитарной академии, г. Омск; проректор по лицензированию и аккредитации Омского регионального института

Обстоятельства непреодолимой силы

или почему профстандарт «Специалист по рекламе» не может быть синхронизирован с новым образовательным стандартом 4 поколения по УГН подготовки 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

Доказывается невозможность согласования образовательных стандартов 4 поколения с большим количеством профессиональных стандартов. Ставится под сомнение целесообразность высокого объема зачетных единиц выделяемых на практики при подготовки бакалавров. Проанализированы действующие профессиональные стандарты рекламной индустрии и маркетинга; вскрыты недостатки проектов некоторых стандартов.

The impossibility to harmonize of educational standards 4 generations with a large number of professional standards is proved. It casts doubt on the feasibility of a high volume of credits allocated to the practice in the preparation of bachelors The existing professional standards of the advertizing industry and marketing are analysed; shortcomings of drafts of some standards are exposed. It proved impossible educational standards 4th generation with a lot of professional standards .

Ключевые слова: профессиональный стандарт, маркетинг, реклама, образовательный стандарт

Keywords: professional standards , marketing, advertising, educational standard

Введение профессиональных стандартов не может повысить требования к качеству образования и тем более затруднит набор персонала, что является нежелательным в условиях высокой напряженности на рынке труда. По статистике по специальности работает не более трети сотрудников, треть – по смежным направлениям и треть – вообще не по профилю подготовки. Парадигма Национального Совета при Президенте РФ по профессиональным квалификациям о том, что национальная система квалификаций России призвана повысить эффективность и гибкость рынка труда вызывает опасение. Координация разработки профстандартов поручена Министерству труда и социальной защиты РФ. Официально понятие профессионального стандарта введено в Трудовой кодекс РФ и статью 1 Федерального закона «О техническом регулировании» Федеральным законом N 236-ФЗ от 03.12.2012 г. «О внесении изменений в Трудовой кодекс РФ. С 01.07.2016 г. вступает в силу Закон об обязательном применении и внедрении на предприятиях и в организациях профессиональных стандартов, который уже вызвал множество вопросов, относящихся к обязательности, методики, практики внедрения стандартов в организациях. С текущего года они станут обязательными для государственных внебюджетных фондов, госучреждений и муниципальных организаций и только с 2020 года применять профстандарты будут обязаны все работодатели.

Декларируемое практическое применение профессионального стандарта:

- Для работодателя – формулировка требований к работникам;
- Для работника – оценка соответствия имеющихся у него компетенций требованиям рынка труда и конкретного работодателя;
- Для системы профобразования – разработка образовательных стандартов и программ, соответствующих требованиям рынка труда.

Если не считать, что в РФ юридически, к примеру, не высшее профессиональное образование, а высшее образование, то практическое значение для образования вызывает сомнение.

Введение профессиональных стандартов – позитивный сигнал для образовательных организаций, т.к. возрастет потенциальная емкость рынка образовательных услуг, как уже произошло, например, с воспитателями детских дошкольных учреждений.

Работодатель не хочет терять профессионалов, при этом сам сотрудник не заинтересован учиться дополнительно 4,5 года по заочной форме на бакалавриате. Лица без профильного образования, реальные специалисты, вынужденно подталкиваются к формальному решению проблемы через дистанционные технологии «обучения» и пр. схемы. Кстати, в рекламную индустрию изначально 30 лет назад пришли кадры, не имевшие образование по профилю.

Особую остроту приняла дилемма самой концепции образования: учим теории или формируем практические навыки? Представляется, что в бакалавриате, даже прикладном, должна быть сохранена значительная часть, посвященная освоению смежных знаний, формирующих образ мышления будущего специалиста рекламной индустрии. В этой связи следует учесть негативный опыт принятого стандарта по прикладному бакалавриату по менеджменту и последующей отсрочкой введения с 1 сентября 2016 г. (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 № 7 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)»). Проект Стандарта бакалавриата по направлению 42.03.01 с присвоением квалификации «прикладной бакалавр» предполагает объем практики в 54-69 з.е., что, представляется завышенным в разы («Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с

общественностью (уровень бакалавриата)). Для примера, действующий (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» (квалификация (степень) «бакалавр») предусматривает 20-30 з.е. практики.

В настоящее время принят стандарт «Специалист в области маркетинга детских товаров» (Приказ Минтруда № 1176 н от 26.12.2014). При таком подходе можно разработать сотни стандартов для маркетологов в различных сферах. В Списке проектов профессиональных стандартов, планируемых к разработке в 2016 году: «Специалист по интернет-маркетингу». В этой связи более удачной выглядит попытка разработки сквозных стандартов. Так, Гильдия Маркетологов приступила к разработке единого межотраслевого профстандарта «Корпоративный специалист по маркетингу» (2016); Комиссия по HR и профессиональному образованию АКАР - профессионального стандарта «Специалист по рекламе».

Однако, при этом вряд ли такой стандарт будет носить рамочный характер и не сможет способствовать регулированию трудовых отношений в индустрии маркетинга и рекламы, т.к. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих будет более конкретно предписывать квалификационные требования. Профстандарт не станет «инструкцией» по эксплуатации персонала

«Маркетинг» как самостоятельная специальность подготовки (ранее ГОС ВПО 080111.65 «Маркетинг» (квалификация «маркетолог») от 23.03.2000г.) перестала существовать и присутствует лишь как профиль в направлении подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (ГОС ВПО 080200.62; теперь ФГОС ВО 38.03.02 укрупненной группы направлений подготовки и специальностей 38.00.00 «Экономика и управление». Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 (в ред. Приказов Минобрнауки России от 29.01.2014 N 63, от 20.08.2014 N 1033, от 13.10.2014 N 1313, от 25.03.2015 N 270, от

01.10.2015 N 1080) утверждены новые перечни специальностей и направлений подготовки высшего образования (Письмо от 24 июня 2014г. № АК-1666/05 «Об установлении соответствий при утверждении новых перечней профессий, специальностей и направлений подготовки указанным в предыдущих перечнях профессий, специальностей и направлений подготовки»). При этом, к примеру, сохраняется профиль «Маркетинг в торговле», «Торговая реклама» в рамках направления 38.03.06 «Торговое дело». Таким образом, если в настоящее время укрупненная группа «Экономика и управление» содержит 8 направлений 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом», 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», 38.03.05 «Бизнес-информатика», 38.03.06 «Торговое дело», 38.03.07 Товароведение, 38.03.10 «Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура», то при принятии ФГОС ВО 4 поколения образовательный стандарт будет единый на всю группу «Экономика и управление» и синхронизация его, например, с действующим профессиональным стандартом «Специалист в области маркетинга детских товаров» не возможна; хотя бы потому, что образовательный стандарт должен, к примеру, задавать рамки обучения по направлению 38.03.10 «Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура».

Аналогичная ситуация с образовательным стандартом направления «Реклама и связи с общественностью».

42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» включает ряд направлений, имеющих в настоящее время собственные стандарты: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 42.03.02 «Журналистика», 42.03.03 «Издательское дело», 42.03.04 «Телевидение», 42.03.05 «Медиакоммуникации» и при вводе стандарта 4-го поколения он вберет в себя 5 направлений и должен учитывать требования профстандартов. О «разношерстности» профстандартов говорят уже действующие: «Специалист по производству

продукции печатных средств массовой информации» (Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 533н «Об утверждении профессионального стандарта; Зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2014 N 34035); «Ведущий телевизионной программы» (Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 534н «Об утверждении профессионального стандарта; Зарегистрировано в Минюсте России 20.08.2014 N 33669); Приказ Минтруда России от 08.09.2014 N 626н «Об утверждении профессионального стандарта «Режиссер средств массовой информации» (Зарегистрировано в Минюсте России 30.09.2014 N 34198) и др.

Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н) относится к следующим видам экономической деятельности:

51.18.23 Деятельность агентов по оптовой торговле газетами и журналами;

51.47.22 Оптовая торговля газетами и журналами;

74.13 Маркетинговые исследования и выявление общественного мнения;

74.4 Рекламная деятельность.

В некоторых профессиональных стандартах не указывается образование (направление подготовки). К примеру, Профессиональный стандарт (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 534н) «Ведущий телевизионной программы» предусматривает следующие требования к образованию и обучению: Высшее образование – бакалавриат (*КАКОЙ* - зам. автора. Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки, требования к опыту практической работы, опыт работы на телевидении. При этом профессиональные стандарты слабо коррелируют с Единым квалификационным справочником должностей руководителей,

специалистов и служащих (утв. Постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37).

Так, Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих предъявляет следующие требования к квалификации менеджера по рекламе: Высшее профессиональное образование (по специальности менеджмент) или высшее профессиональное образование и дополнительная подготовка в области менеджмента, стаж работы по специальности не менее 2 лет. **Nota bene:** Ни слова о рекламе или рекламном менеджменте!

Более позднее введение позиции «Менеджер по связям с общественностью» (введено Постановлением Минтруда РФ от 28.07.2003 N 59) предопределило более адекватные требования к его квалификации: Высшее профессиональное образование по специальности «Связи с общественностью» и стаж работы по специальности не менее 2 лет или высшее профессиональное образование и дополнительная подготовка в области связей с общественностью и стаж работы по специальности не менее 2 лет. Требования к квалификации начальника отдела по связям с общественностью следующие: Высшее профессиональное образование по специальности «Связи с общественностью» и стаж работы по специальности не менее 3 лет или высшее профессиональное образование и дополнительная подготовка в области связей с общественностью и стаж работы по специальности не менее 3 лет.

Таким образом, подготовка образовательных стандартов в целом на укрупненную группу ставит под сомнение возможность учета профессиональных стандартов, т.к. в УГНС объединены разные направления подготовки, их выпускники обладают разными компетенциями. Профессионально-общественная аккредитация и государственная аккредитация отталкиваются от разных стандартов. Работа по введению новых профессиональных стандартов должна проводиться параллельно с обновлением классификатора профессий для

конкретного вида экономической деятельности/области профессиональной деятельности.

Сведения об авторе:

О.Ю. Patlasov

Vice-rector for International Relations Omsk Humanitarian Academy; Vice-rector for licensing and accreditation of Omsk regional institute, professor Omsk Agrarian University, Prof., Dr. hab., Omsk, Russian Federation; Tel.: 89136313700

E-mail: opatlasov@mail.ru
