

**Заключение диссертационного совета Д212.261.05
на базе ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», Министерство образования и науки Российской Федерации, по диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук**
аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета от 9 июня 2016 г. №309

О присуждении Деркачевой Марии Александровне, гражданке Российской Федерации, учёной степени кандидата педагогических наук.

Диссертация «Методика обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов (английский язык; профиль «Реклама и связи с общественностью»)» по специальности 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки) принята к защите 24 марта 2016 г., протокол №2403/1-2016 диссертационным советом Д 212.261.05 на базе ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», Министерство образования и науки Российской Федерации, 392000, г. Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33 (совет утвержден приказом Рособнадзора от 25.01.2008 г. №1-87 с продлением срока полномочий на период действия Номенклатуры специальностей научных работников на основании приказа Рособнадзора от 21.10.2009 г. №2059-2581 (с изменениями от 07.10.2013 № 629/нк)).

Соискатель Деркачева Мария Александровна 1987 года рождения, гражданка Российской Федерации. В 2010 году окончила ГОУ ВПО «Московский гуманитарный педагогический университет» по специальности «Иностранный язык (английский)» с дополнительной специальностью «Иностранный язык (немецкий)». В 2013 году закончила очную аспирантуру в ФГБОУ ВПО «Московский государственный педагогический университет» по специальности 13.00.02 - теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки). Диссертация выполнена на кафедре теории и методики преподавания иностранных языков ФГБОУ ВПО «Московский государственный гуманитарный университет имени М.А. Шолохова», Министерство образования и науки РФ.

Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор Сороковых Галина Викторовна, профессор кафедры методики преподавания иностранных языков ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет».

Официальные оппоненты:

1) Шамов Александр Николаевич - доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой лингводидактики и методики преподавания иностранных языков ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова»;

2) Исаев Евгений Анатольевич - кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков и методики их преподавания ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина», дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», г. Курск, в своем положительном заключении, подписанном кандидатом педагогических

наук, доцентом, заведующим кафедрой методики преподавания иностранных языков Умеренковым Сергеем Юрьевичем, указала, что: «<...> на данный момент можно констатировать, что теоретические и технологические аспекты методики обучения иноязычному профессиональному общению на основе применения рекламных слоганов изучены недостаточно, что не позволяет в полной мере использовать потенциал иноязычной образовательной практики по данному направлению подготовки кадров.<...> Полученные соискателем выводы значимы для теории и методики и обучения иностранным языкам, так как они в первую очередь раскрывают структуру и содержание обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».<...>. Убедительные результаты опытно-экспериментальной проверки, успешная апробация и распространение результатов данного исследования в процессе разработки учебно-методических пособий, авторских программ и курсов изучения иностранного языка свидетельствуют о достаточной эффективности разработанной методики и доказанности выдвинутой в диссертационном исследовании гипотезы. <...>. <...> предложено теоретическое обоснование методики обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов; теоретически обоснована установленная в диссертации последовательность организации процесса обучения составлению рекламного слогана на английском языке; приведено подробное описание модели обучения студентов составлению рекламного слогана; представлен набор речевых умений студентов в процессе выстраивания учебного диалога при обучении составлению рекламного слогана студентов профиля «Рекламы и связи с общественностью». <...> По своей актуальности, научной новизне, объему, теоретической и практической значимости полученных результатов, представленная работа соответствует требованиям п.п. 9, 10, 11, 13, 14 Положения «О присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ от 24.09.2013г. №842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук. <...>. <...> автор диссертации Деркачева Мария Александровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки)».

Соискатель имеет 16 опубликованных работ, из них по теме диссертации 16 работ, общим объемом 9,15 п.л., в том числе 3 статьи в научных журналах и изданиях, которые включены в перечень российских рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций, 4 статьи в коллективных монографиях и 9 статей в сборниках материалов международных и всероссийских научно-практических конференций.

Наиболее значимые научные работы по теме диссертации: 1. Деркачева М.А. **Выбор упражнений и опор при обучении монологической речи в ходе иноязычного профессионального образования** // Среднее профессиональное образование. 2011. № 9. С. 21-23.; 2) Деркачева М.А. **Английские рекламные слоганы как аутентичные тексты в обучении иноязычной речи** // Среднее профессиональное образование. 2013. №4. С. 35-36.; 3) Деркачева М.А. **Воспитательная ценность иноязычного рекламного слогана в процессе профессионального общения студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»** // Перспективы науки. 2014. №12 (63). С. 13-15 (Перечень рецензируемых научных журналов 2014 г.).

На диссертацию и автореферат поступили отзывы от кандидата педагогических наук, доцента кафедры романо-германских языков и перевода института филологии ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина» Н.В. Осиповой; кандидата педагогических наук, доцента кафедры английского языка №6 ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (Университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» К.Г. Чикнаверовой; кандидата педагогических наук, доцента кафедры контрастивной лингвистики Института филологии и иностранных языков ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» Е.С. Нечаевой; кандидата педагогических наук, доцента кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева» Л.И. Репкиной; кандидата педагогических наук, доцента кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет» Е.А. Олейниковой. Все отзывы положительные, вместе с тем, в отзыве кандидата педагогических наук Н.В. Осиповой отмечается: «1) Определение комплексного умения иноязычного профессионального общения студентов профиля «Реклама и связи с общественностью», представленное автором в положении 2, выносимом на защиту, не отражает специфики профиля и может быть применено в рамках многих других профилей подготовки, например, «Перевод и переводоведение», «Иностранный язык» и т.д.». В отзыве кандидата педагогических наук Е.С. Нечаевой отмечается необходимость следующих уточнений: «1) Текст автореферата не совсем ясно позволяет понять принцип отбора показателей для педагогического исследования (стр. 20 автореферата) и их соотношение с элементами авторской модели обучения составлению рекламного слогана. 2) Также из текста автореферата не совсем понятно, какой именно метод математической статистики использовался соискателем при обработке данных опытно-экспериментального обучения». В отзыве кандидата педагогических наук Л.И. Репкиной задаются следующие вопросы: «1) Хотелось бы уточнения, может ли предложенная методика найти свое применение в процессе подготовки по программе бакалавриата или магистратуры; для студентов каких курсов проводилось опытно-экспериментальное обучение студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» по предложенной методике на базе Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации. 2) Излагая выводы проведенного диссертационного исследования, автор описывает этапы разработанного алгоритма обучения, в том числе оценочный, когда педагог выставляет баллы по заранее известным критериям. В связи с этим хотелось бы уточнить, по каким критериям студенты оценивают рекламное творчество своих товарищей по группе в ходе стандартизирующего этапа (шаг 9: презентационный)».

Выбор ведущей организации обосновывается тем, что ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет» является одним из ведущих отечественных и международных центров, где ведутся исследования в области теории и методики обучения иностранным языкам, а также известен достижениями профессорско-преподавательского состава в разработке вопросов построения и оценки учебных материалов. Действуют аспирантура и докторантура. Издается научный журнал «Ученые записки: Электронный научный журнал Курского государственного университета», который публикует статьи, отражающие результаты исследований в области методики обучения иностранным языкам представителей научных школ университета. Ежегодно проводятся международные

конференции, семинары и вебинары по проблемам теории и методики преподавания иностранных языков. Разработкой вопросов теории обучения иностранным языкам занимаются доктора и кандидаты наук по названной специальности, являющиеся профессорами и доцентами кафедры теории и методики преподавания иностранных языков.

Выбор официальных оппонентов обусловлен следующим:

1. Шамов Александр Николаевич является доктором педагогических наук, профессором, работает заведующим кафедрой лингводидактики и методики преподавания иностранных языков Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова, имеет многолетний опыт преподавания и исследовательской деятельности в области методики обучения иностранным языкам, в частности: методическое мастерство учителя иностранного языка (бакалавриат, направление «Педагогическое образование, профиль «Иностранный язык»); методология и методы научного исследования; теория учебника по иностранным языкам (магистратура); теория обучения иностранным языкам; оформление результатов методического исследования; методология научного исследования в методической науке; источниковедение в методической науке (аспирантура). Им опубликовано множество монографий, учебных пособий и научных статей по данным вопросам. Имеет большое количество выступлений на всероссийских и международных конференциях, симпозиумах. Подготовлено большое количество кандидатов наук по специальности защищаемой диссертации. Имеет значительный опыт оппонирования в диссертационных советах.

2. Евгений Анатольевич Исаев является кандидатом педагогических наук, доцентом, работает заведующим кафедрой иностранных языков и методики их преподавания Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина, имеет публикации в рецензируемых научных журналах, выступления на всероссийских и международных конференциях, симпозиумах. Обладает богатым опытом преподавания в высшей школе. Является членом Ученого совета ЕГУ им. И.А. Бунина. Сфера его научных интересов: профессиональное иноязычное общение, проблемы поликультурного образования, теория и методика профильного обучения иностранным языкам, методология и методы научного исследования.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненного соискателем исследования:

разработана научно обоснованная и проверенная на практике методика обучения студентов направления «Реклама и связи с общественностью» составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения на занятиях по английскому языку, включающая языковое содержание, алгоритм обучения составлению рекламного слогана и систему упражнений;

определены навыки иноязычного профессионального общения студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», развиваемые при составлении рекламного слогана, объединенные в так называемое комплексное умение;

предложены: 1) *языковое содержание обучения составлению рекламного слогана*, для которого как функционального типа текста характерно использование аллитерации, ритма, рифмы, метафоры, метонимии, литоты, парафразы, сравнения, градации, олицетворения, анафоры, гиперболы, эпитета, лексического и синтаксического повтора, жаргона, аббревиатуры, игры слов – каламбура; 2) *модель обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения* студентов, представленно-

го в виде системы, компонентами которой являются цель и задачи, подход, принципы (общедидактические и методические), этапы, организационно-методические условия, критерии оценки обученности, средства проверки достижения планируемого результата; 3) *алгоритм обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения* студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», представляющий собой пошаговую структуру и состоящий из трех этапов: начального (из шести шагов), стандартизирующего (из трех шагов), заключительного (из трех шагов);

доказана перспективность использования методической модели, пошагового алгоритма обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов;

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказано положение о целесообразности обучения студентов-рекламистов составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения;

выделен набор профессионально значимых навыков общения (комплексное умение), которые необходимо развивать у студентов в процессе обучения составлению рекламного слогана: ясно излагать мысли в устном общении и в деловой переписке, в планировании темы обсуждения с соблюдением стратегий взаимодействия; определять проблему дискуссии; обозначать свою позицию; рефлексировать деятельность собеседника; реагировать на контраргументы, избегая конфликта и сотрудничая с аудиторией; внимательно слушать оппонента в соответствии с правилами этикета;

применительно к проблематике диссертации результативно использован комплекс существующих базовых методов исследования: теоретический анализ литературы по проблеме исследования; изучение и обобщение отечественного и зарубежного опыта обучения составлению рекламного слогана в разных образовательных условиях; педагогическое наблюдение; сбор, накопление и обработка полученных данных (анкетирование, опрос, беседа, тест); опытное обучение; анализ количественных и качественных результатов опытного обучения;

изложена структура пошагового алгоритма обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов: *начальный этап*: 1-й шаг – установочный (планирование работы с рекламными слоганами, ознакомление с критериями оценивания); 2-й шаг – коррекционный (преодоление фонетических, лексических и грамматических трудностей при прочтении рекламного слогана); 3-й шаг – ознакомительный (знакомство с типами рекламного слогана и их особенностями); 4-й шаг – изучающий (организация чтения и перевода рекламного слогана); 5-й шаг – анализирующий (анализ рекламного слогана); 6-й шаг – контрольный (контроль-понимание рекламного слогана); *стандартизирующий этап*: 7-й шаг – *подготовительный* (сбор материалов для собственного рекламного слогана); 8-й шаг – *творческий* (создание рекламного слогана); 9-й шаг – *презентационный* (представление рекламных слоганов одноклассникам); *заключительный этап*: 10-й шаг – *проектный* (разработка и защита рекламного слогана, созданного на основе текста, имеющего рекламный характер); 11-й шаг – *рефлексивный* (анализ достижений, трудностей и ошибок студентами); 12-й шаг – *оценочный* (оценка слоганов по разработанным критериям);

раскрыты проблема исследования и лежащие в ее основе противоречия: между всё возрастающей потребностью использования иностранных языков в профессиональ-

ной деятельности студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и недостаточным уровнем их иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере общения; между потребностью студентов в овладении умением создавать рекламные слоганы на иностранном языке и отсутствием соответствующих методик обучения;

изучены лингвостилистические особенности рекламного слогана как компоненты языкового содержания обучения.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены в учебный процесс вуза модель и пошаговый алгоритм обучения студентов составлению рекламного слогана;

определены перспективы использования результатов исследования в практике подготовки учителей и преподавателей иностранных языков в педагогических вузах и колледжах, на курсах повышения квалификации;

создана оригинальная методика обучения составлению рекламного слогана студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»;

представлено учебно-методическое сопровождение процесса обучения составлению рекламного слогана с помощью учебного диалога, включающее в себя комплекс упражнений и тестовые задания.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования построена на идеях, разработанных в отечественных и зарубежных трудах по теории речевой деятельности, лингвистике текста, методике обучения иностранным языкам в неязыковом вузе, психологии научения иностранным языкам, а также в работах, определяющих социально-философские аспекты, сущность и специфику диалога, формы диалогического общения, интерактивные методы обучения иностранному языку в неязыковом вузе;

идея базируется на анализе проблемы обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения студентов с учетом специфики неязыкового вуза, в условиях внедрения федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»;

использованы положения о межличностном взаимодействии (Л.П. Буева, М.С. Каган и др.), концепции диалогичности человеческого сознания (М.М. Бахтин, В.С. Библер), научные взгляды на феномен общения (Г.М. Андреева, А.А. Бодалев, А.А. Леонтьев, Б.Ф. Ломов и др.), сущностная характеристика делового общения (Ю.М. Жуков), теория развития комплексных умений (С.Ю. Страшнюк, А.Ю. Шурупов), личностно-деятельностный подход (И.А. Зимняя, А.Н. Леонтьев), компетентностная модель образования (А.А. Бодалев, И.А. Зимняя, В.В. Сериков), системный подход (Н.А. Ипполитова), культурно-ориентированный подход (Р.П. Мильруд, О.Г.

ремко, И.И. Халеева), коммуникативный подход к обучению иностранным языкам (И.Л. Бим, Е.И. Пассов);

установлено, что внедрение разработанной в диссертации методики обучения составлению рекламного слогана в процессе иноязычного профессионального общения положительно влияет на профессиональную коммуникативную подготовку студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» в целом;

использованы современные методики сбора и обработки данных диссертационного исследования.

Личный вклад соискателя состоит:

во включенном участии на всех этапах исследовательского процесса;

в непосредственном участии в получении исходных данных, проведении опытно-экспериментальной работы и внедрении результатов исследования в учебно-воспитательный процесс Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, а также во внедрении результатов исследования и ГОАУ ВО Курской области «Курская академия государственной и муниципальной службы»;

в обработке и интерпретации экспериментальных данных;

в подготовке 16 публикаций по проблеме исследования, 3 из которых опубликованы в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК РФ.

На заседании 9 июня 2016 года диссертационный совет пришел к выводу о том, что диссертация является научно-квалифицированной работой, которая соответствует критериям (п. 9, п. 10, п. 11, п. 13, п. 14), установленным Положением о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842, и принял решение присудить Деркачевой Марии Александровне учёную степень кандидата педагогических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 25 человек, из них 7 докторов наук по специальности 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания (иностранные языки), участвовавших в заседании, из 36 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 25, против – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель диссертационного совета

Куличенко Р.М.

Учёный секретарь диссертационного совета

Иванова Л.К.

9 июня 2016 г.

