

УДК 378.164

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО КУРСА НА БАЗЕ ПЛАТФОРМЫ LMS MOODLE С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОДЕРЖАНИЯ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Е.В. Латышева, И.К. Забродина

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: levsky@tpu.ru

Представлен разработанный курс для смешанного обучения магистрантов направления «Инноватика» профиля «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

Ключевые слова: электронное обучение, информационно-коммуникационные технологии, реклама.

Высшее образование в России находится в стадии интенсивных перемен. Эти изменения основаны на западном подходе, который включает процесс развития информационного пространства. Доступ к информации, которая требует информационной открытости, ясности и точности, является одним из условий интеграции российского высшего образования на международном рынке. Потребность достаточного объема открытой информации обсуждается университетским и академическим сообществом. Эта открытость – элемент конкурентоспособности вуза и один из критериев мировых рейтингов. Развитие информационно-коммуникационных технологий и Интернета позволяет университетскому высшему руководству радикально менять информационное пространство высшего учебного заведения. Эти изменения включают пересмотр основания информационной организации в высшей школе и стимулируют увеличение информационной открытости в образовательном процессе.

Реализация этого принципа позволяет удовлетворять потребности главных целевых аудиторий (родителей, работодателей, студентов и абитуриентов) [1]. Авторы определяют один из способов развития информационного пространства – внедрение элементов электронного обучения в образовательном процессе.

Внедрение системы электронного обучения является одним из приоритетных направлений развития Томского политехнического университета. Одной из задач, поставленной топ-менеджментом вуза, является развитие базы открытых электронных курсов, которые помогут в пер-

спективе совершенствованию информационно-коммуникативного пространства университета и привлечению лучших зарубежных преподавателей, студентов и абитуриентов.

В связи с этим кафедрам была поставлена задача разработки и внедрения элементов электронного обучения в образовательный процесс.

Первым нашим опытом такого внедрения была разработка курса для смешанного обучения магистрантов направления «Инноватика» профиля «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

Было разработано 6 модулей курса под названием «Новые тенденции в рекламе и связях с общественностью в социальных сетях»:

МОДУЛЬ 1 «Современные коммуникативные технологии».

МОДУЛЬ 2 «Развитие новых медиа».

МОДУЛЬ 3 «Вирусная коммуникация как основа SMM».

МОДУЛЬ 4 «Основы маркетинга в социальных сетях».

МОДУЛЬ 5 «Стратегическое планирование в маркетинге в социальных сетях».

МОДУЛЬ 6 «Разработка SMM-кампаний в социальных сетях».

Каждый модуль содержит следующие элементы:

1. Аннотация к модулю.
2. Рейтинг-план модуля.
3. Лекция.
4. Индивидуальное задание.
5. Групповое задание в инструменте «Семинар».
6. Форум для обсуждения результатов индивидуального и группового заданий.
7. Ссылки на внешние источники.

Следует подробнее остановиться на ссылках на внешние источники. В качестве дополнительных материалов для изучения в модулях представлены статьи ведущих изданий отрасли, а также Интернет источники и блоги ведущих специалистов в сфере Интернет-маркетинга.

В связи с тем, что российские теоретики и практики чаще заимствуют зарубежный опыт в сфере Интернет коммуникаций, в качестве дополнительных источников представлены книги и статьи на английском языке. В качестве примера можно привести ссылку на диссертацию «Social-Media-in-the-UK» [2].

В качестве совершенствования курса предполагается применения в качестве методического материала и других статей на английском языке по теме. Например:

- «Web 2.0 and micro-businesses: an exploratory investigation» авторов: David Barnes, Fintan Clear, Romano Dyerson, G. Harindranath, Lisa Harris and Alan Rae;

- «eBusiness and Organisational Change: Reconciling traditional values with business transformation» авторов Paul JACKSON and Lisa HARRIS.

Таким образом, студенты получают доступ к первоисточникам исследований в изучаемой сфере, и при этом наличие высшего учебного заведения в сети Интернет становится одним из способов его продвижения в мировом образовательном пространстве. В данной связи, введение элементов электронного обучения в образовательный процесс является одним из способов развития информационного образовательного пространства.

Список литературы

1. Latysheva, E.V., Karlova, L.V., Koryakina, A.S. Internet Communication and Transformation of University Information Space [Electronic resource] // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2015. – Vol. 166: Proceedings of The International Conference on Research Paradigms Transformation in Social Sciences 2014 (RPTSS-2014), 16–18 October 2014, Tomsk, Russia. – P. 566–571.

2. Social-Media-in-the-UK. – Access mode: <http://ru.scribd.com/doc/12921323/Social-Media-in-the-UK-MA-Dissertation>.