УДК 378.147:659.4-051](477)

Тетяна Коржова,
здобувач кафедри
зв'язків з громадськістю і журналістики
Київського національного університету
культури і мистецтв

Реалізація компетентнісного підходу в процесі підготовки PR-фахівців у закладах вищої освіти України

Проаналізовано особливості реалізації компетентнісного підходу в закладах вищої освіти України, який спрямовано на підготовку PR-фахівців. Обґрунтовано положення, що формування компетенцій спеціалістів зі зв'язків із громадськістю у вищій школі має відбуватися згідно з основними принципами й компонентами професійної освіти й містити базові (соціально-особистісні, когнітивно-аналітичні, контрольно-методичні), інформаційно-комунікаційні (власне комунікаційні й інформаційно-технологічні) та фахово орієнтовані (підготовчо-організаційні, спічрайтерські й іміджмейкерські) компетенції.

Ключові слова: *заклад вищої освіти, підготовка кадрів, зв'язки з громадськістю, компетентнісний підхід, основні компетенції*

Постановка проблеми. Суспільно-політичні події останніх років є виявом складного й "болючого" процесу модернізації нашої держави, який передбачає комплекс економічних, соціально-політичних та інтелектуальних трансформацій. Зміни в економіці мають ґрунтуватися на вдосконаленні індустріальних технологій, у чому вагому роль відіграє прогресивне наукове знання, на розвитку ринкових відносин і розширенні вторинного й третинного секторів господарства. Соціальна сфера має базуватися на системі нової раціональності, основу якої становлять ринкові та професійні критерії, підкріплені розподілом діяльності й зростанням майнової диференціації. Культурна сфера має пройти шлях становлення нових ціннісних орієнтацій і духовних систем через утвердження і захист свободи засобів масової інформації, поглиблення процесів плюралізації, секуляризації та демократизації громадянської свідомості, що, безумовно, позначиться й на розвитку системи української освіти.

Нині майже у кожній сфері відкритої практичної діяльності використовують технології зв'язків із громадськістю (PR). В оновлених українських економічних і суспільно-політичних умовах журналістика, реклама та PR розвиваються надзвичайно динамічно, про що свідчить відновлення й активізація попиту на таких фахівців, починаючи з 2010-х рр., згідно з даними кадрового порталу Head Hunter [7, с. 175]. Цей прогрес зумовлений, з одного боку, усвідомленням представниками вітчизняної еліти, а відтак — менеджерських та управлінських ланок, потреби застосування конкурентоспроможних технологій у різних сферах суспільного життя, а з іншого — активним впровадженням закордонного досвіду політики й ведення бізнесу, що спричинено "глобалізацією інформаційного простору, конвергентними процесами, широким спектром технічних інновацій, які призвели до появи не тільки нових технологій, але навіть і нових суб'єктів комунікації (наприклад, соціальних медіа)" [10, с. 46].

Цілком очевидно, що ці тенденції позначилися на завданнях і напрямах вітчизняної освітньої галузі. Зокрема, 1993 р. створено першу кафедру міжнародної комунікації і зв'язків із громадськістю в Інституті міжнародних відносин при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, а станом на 2016—2018 рр. 29 закладів вищої освіти (далі — ЗВО) мають бакалаврські програми з підготовки фахівців у цій сфері. Новий напрям також запроваджено у навчальному процесі багатьох освітніх підрозділів, що готують фахівців за спеціальностями "Реклама", "Зв'язки з громадськістю", "Журналістика", "Видавнича справа та редагування" тощо.

У закордонній та українській освітній практиці особливої актуальності набуває підготовка спеціалістів, чия PR-компетентність як інтегральна характеристика поєднувала б професійні, громадські, поведінкові та особистісні якості, що допомагають фахівцеві ефективно застосовувати сучасні PR-технології задля досягнення потрібного результату й максимальної самореалізації. Саме тому увагу науковців прикуто до особливостей реалізації компетентнісного підходу під час підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю у ЗВО України, що нині є одним із малодосліджених питань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти професійної підготовки майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю розглянуто у працях Дж. Вайса, В. Березенка, С. Блека, Є. Блажнової, Т. Буннелла, А. Киричка, В. Королька, А. Мельниченка, С. Мірку-

© Коржова Т., 2019

лова, Г. Почепцова, Д. Свансона та ін. Освітній підхід, заснований на досягненні компетентності як мети професійної підготовки фахівця у ЗВО, вивчали В. Болотов, І. Зимня, А. Елліс, Д. Фоутс, Ю. Колер, С. Фурдуй та ін.

Мета статті — аналіз особливостей реалізації компетентнісного підходу у ЗВО України, що спрямований на підготовку PR-фахівців як суб'єктів конструювання інформаційно-комунікаційного простору, в межах якого гармонізуються елементи соціального середовища і реалізується важлива управлінська функція. Для досягнення мети виконано такі *завдання*: розглянуто специфіку компетентнісного підходу в рамках вищої освіти; проаналізовано значення фаху зв'язків із громадськістю і його роль у системі вищої освіти; з'ясовано зміст компетентності майбутнього піарника, тобто на які саме аспекти має звертати увагу керівництво ЗВО в процесі реалізації зазначеного підходу.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками в межах пострадянського гуманітарного простору, до якого належить і наша держава, відбувається переорієнтація в оцінюванні результату освіти з понять "підготовленість", "освіченість" на поняття "компетенція", "компетентність" учнів; пріоритетного значення в навчанні набуває компетентнісний підхід. Аналіз літератури з цієї проблеми, особливо історії її становлення, свідчить про складність, багатовимірність і неоднозначність трактування понять "компетенція", "компетентність" [8] і підходу до процесу й результату освіти, що базується на них [6]. Реалізація цього підходу потребує нового проектування навчального процесу та механізму управління ним.

Зважаючи на інституціоналізацію компетентнісного підходу, а також його інтеграцію до національних освітніх систем, що відображається на рівні документації ЮНЕСКО та впровадженні у рамках Болонського процесу, постає потреба у виробленні ефективних шляхів реалізації компетентнісного підходу. Чимало дослідників погоджуються з тим, що головне завдання компетентнісно орієнтованого підходу в освіті полягає в тому, щоб тісніше пов'язати її з виробничимй сектором, підвищивши в такий спосіб потенціал індивідів з огляду на сучасні трансформації в соціумі. Якісне зростання передбачає інтеграцію навичок у ширший освітній контекст, тобто "коли критерії, визначені сектором освіти, компетентнісно орієнтована освіта, навчальні цілі, закріплені в стандартах, сформовані ринком праці" [15].

На початку 80-х рр. минулого століття йшлося про "компетентність" у широкому розумінні — як про поглиблене знання предмета або здобуте вміння, проте згодом обсяг і зміст цього поняття розширилися, увібравши такий складник, як компетентнісний підхід в освіті. Застосування його потенціалу до проектування багаторівневої вищої освіти сприяє переходу від традиційної вітчизняної системи, яка залишалася у спадок від радянських часів, до навчання, в центрі якого перебуває не викладач, а студенти.

Такі тенденції спонукають до розгляду компетентнісного підходу як методу моделювання цілей і результатів освіти, критеріїв її якості, а також методу відображення результату як системи ознак готовності випускника до здійснення певного виду діяльності. З огляду на це, важливими є не стандартні знання та вміння, а основні компетенції, відбір і визначення яких, згідно з "Глосарієм…" Європейського фонду освіти, базується на чотирьох моделях (способах): параметри особистості, виконання завдань і діяльності, виконання виробничої діяльності та управління результатами діяльності [5].

У межах компетентнісного підходу йдеться про базові цілі та принципи, критерії, від яких залежать зміст та організація освітнього процесу, оцінювання його результатів. Переосмислюється сенс освіти, який нині пов'язаний із розвитком здатності критично мислити й самостійно розв'язувати проблеми в різних сферах і видах діяльності на основі соціального та власного досвіду. Дидактична адаптація соціального досвіду визначає змістове наповнення освітнього процесу, організація якого полягає у створенні умов для формування в учнів навичок самостійного розв'язання пізнавальних, комунікативних, організаційних, моральних та інших проблем. Оцінювання освітніх результатів залежить від аналізу рівня освіченості на кожному з етапів навчання, який має відповідати вимогам стандартів і ринку праці [13, с. 486].

Проблематика виявлення переваг і недоліків бакалаврських та магістерських програм PR-фахівців, зокрема в українських ЗВО, не завжди піддається комплексному осмисленню. Слід враховувати і зовнішній контекст (ринок праці), і актуальні суспільні виклики, і систематизацію наявних підходів до наукової інтерпретації такого поліпрофільного явища, як зв'язки з громадськістю (Public Relations). Йдеться про складний суспільний феномен і специфічну рефлексію соціальної реальності, що конвертується в прикладну дисципліну Public Relations. Зі студентів, що опановують її, формується окрема група фахівців зі зв'язків з громадськістю, поява й функціонування якої, зважаючи на світову інституційну практику, залежить від спеціальної нормативно-ціннісної бази та системи професійної PR-освіти.

Вагому роль у цьому процесі відіграє компетентнісний підхід, який привертає увагу не лише до основних компетенцій чи феномену професійної компетентності піарника як випускника спеціалізованих кафедр ЗВО, а й до освітніх стандартів, кваліфікаційних вимог і, мабуть, до найголовнішого — фахового професорсько-викладацького складу. Керівництво ЗВО, що готує кадри за спеціальністю 8.03030202 "Зв'язки з громадськістю", має враховувати академічний аспект, особливо, якщо йдеться про закріплення в переліку наукових спеціальностей, за якими можливий захист наукових ступенів. Від цього залежить якість викладання на кафедрах і факультетах дотичних до цієї спеціальності дисциплін.

Згідно з рекомендаціями Міжнародної асоціації зв'язків із громадськістю (International Public Relations Association) до компетенцій майбутнього PR-фахівця належать: фундаментальна освіта у сфері соціальних наук, яка впливає на позиціонування людини у суспільному середовищі через комунікацію та моделі поведінки; психологічний блок, у межах якого вивчають питання потреб і мотивів поведінки людини, методи переконання; комунікаційний блок, що дає змогу здобути навички журналіста, редактора, оратора, дизайнера, вміння користуватися широким набором сучасних технічних засобів для налагодження комунікації; знання зі сфери бізнесу, які передбачають опанування відповідної термінології, враховуючи конкретні спеціалізовані аспекти [9, с. 12].

У процесі реалізації компетентнісного підходу базові концепти мають бути доповнені, якщо йдеться про основні компетенції PR-фахівців, тими освітніми принципами, що уможливлюють професійну освіту в цій галузі, зокрема:

— *принцип інтеграції фахового знання та практичної сфери його застосування*, який передбачає створення окремих майданчиків для реалізації знань і умінь; залучення до викладання досвідчених практиків, участь учнів у PR-заходах на базі ЗВО тощо;

— *принцип активізації самопізнання, самооцінки й самоврядування*, дотримання якого дає змогу виробляти оптимальні індивідуальні стратегії навчальної та творчої діяльності, забезпечити потребу в професійному зростанні, орієнтуватися на підвищення рівня конкурентоспроможності;

— *принцип доцільності*, спираючись на який, під час організації навчального процесу ЗВО на рівні цілей і завдань враховують не лише державні програми та стандарти, що визначають певні обсяги й параметри знань, котрі потрібно опанувати, а й аспект підвищення інтелектуального потенціалу студента, розвиток його пізнавальної мотивації та інших здібностей;

— *принцип взаємодії викладача й студента*, який передбачає моделювання простору діалогу та співтворчості, а також емоційно-позитивної інтеракції (взаємодії) в межах навчального процесу;

— *принцип єдності індивідуальної та групової діяльності*, реалізація якого дає змогу створити додаткову атмосферу спільної причетності, що активізує інтегративні чинники;

— *акмеологічний принцип*, специфікою якого є прагнення учня до якнайповнішої творчої самореалізації в умовах змагального компоненту навчального процесу у вищій школі;

— *принцип інноваційності та інформатизації навчання*, котрий передбачає постійне впровадження в освітній процес новітніх технологій, що роблять його ефективним і цікавим (основні напрями — комп'ютерне навчання (E-learning, Computer-Enhanced Learning) і медіаосвіта (Media Education, Medien-pedagogik)).

Аналіз сучасної педагогічної літератури [1; 3; 11] дає змогу виокремити такі компоненти системи формування компетентного PR-фахівця у ЗВО України: 1) *цільовий* (аналіз практичної, освітньої та розвивавальної цілей професійної підготовки студентів PR-спеціальності); 2) *мотиваційний* (фахова самоактуалізація й самовизначення як основа мотивації професійної діяльності передбачає інтеграцію особистісно-професійних якостей майбутнього піарника, їх реалізацію в професійній роботі); 3) *змістовний* (обґрунтування змістового наповнення навчального процесу відповідно до нормативної документації та викликів часу); 4) *діяльнісний* (процесуальні характеристики, форми, методи, засоби, що використовують у навчальній, позааудиторній і науково-дослідній роботі студентів); 5) *оцінювальний* (контроль викладача й самоконтроль учнів, що здійснюється для оцінювання результатів, встановлення зворотного зв'язку й корегування перебігу процесу навчання); 6) *результативний* (діагностика позитивної динаміки зростання рівня фаховості та сформованості компетенцій майбутніх спеціалістів зі зв'язків із громадськістю).

Враховуючи зазначені принципи й компоненти, а також академічний і комплексний підхід до цієї проблеми, серед структурних частин професійної компетентності PR-фахівців як випускників факультетів і кафедр ЗВО в Україні, посилаючись на "колесо освіти" IRPA, що запропонував С. Блек [4, с. 63], виокремимо *базові*, *інформаційно-комунікаційні* та *фахово орієнтовані* компетенції.

1. Базові компетенції. До них належать:

1.1. *Соціально-особистісні* — самооцінка та саморозвиток; здібність до трансферу, роботи в команді, модерації та керівництва; взаємодія в гетерогенних групах (зокрема, з різними соціальним статусом і культурною специфікою); уміння співпрацювати й знаходити творчі рішення; розв'язання конфліктів; підприємницька поведінка, здатність залучати інших, порівнювати й бути лояльним; інтернаціональна орієнтованість і багатомовність; уміння розбиратися в людях, розуміння суб'єктивних чинників їх активності тощо.

1.2. *Когнітивно-аналітичні* — здоровий глузд і гнучкість розуму; вміння аналізувати отримані дані; процеси розв'язання проблем; креативне мислення; самоаналіз і самоусвідомлення; постійне вивчення громадської думки, явищ і процесів соціального життя; моніторинг оточення; вивчення настроїв людей; вміння інтерпретувати різноманітні статистичні дані. Зондування й відстеження проблеми, уточнення поглядів, настанов і поведінки різних груп громадськості, на які впливає політика організації і від дій яких залежить її діяльність забезпечать інформованість і лояльність стосовно головних цільових груп. Після того, як проблему визначено, за допомогою зібраних даних і аналітичної роботи виявлено слабкі місця, резерви й можливості, постає завдання трансформації нагромаджених даних у практичну площину, відповідно до логіки стратегічного мислення.

1.3. *Контрольно-методичні* — уміння діяти в різних ситуаціях, застосувати альтернативи для дії,

грати різні ролі; організовувати власну поведінку; впевненість та вміння обирати напрям розвитку; контролювати та впливати на громадську думку, щоб запобігти кризовим ситуаціям. По суті, вплив на громадську думку покликаний унормувати нестабільне середовище. Ефективний вплив можливий за умови розуміння цільового завдання й формування потреби та наміру серед громадськості діяти відповідно до визначеної мети, для чого добирають відповідні засоби й методи. Завдання полягає в тому, щоб обраний інструментарій допоміг зблизити позицію громадськості з позицією особи або організації чи їхніх представників.

2. Інформаційно-комунікаційні компетенції. До них належать такі:

2.1. *Власне комунікаційні* — знання чинників ефективності ділового спілкування, здатність використовувати різноманітні види комунікацій і впливів; налагодження, підтримання й розвиток контактів, взаємозв'язків і відносин тощо; вміння уважно слухати співрозмовника, здатність правильно ставити запитання та отримувати релевантну інформацію; вміння її уточнювати; спроможність легко вступати в контакт і поводитися відкрито, неконфліктно й щиро на вербальному та невербальному рівнях. До цієї групи також віднесемо знання правил і норм спілкування; високу мовленнєву культуру, завдяки якій можна вільно передавати та сприймати інформацію під час спілкування; розпізнавання невербальної мови; уміння контактувати з людьми різної статті, вікових, статусних і соціокультурних характеристик; здатність поводитися адекватно ситуації, використовуючи її для досягнення власних комунікативних цілей; уміння поводитися зі співрозмовником (викликати позитивне сприйняття себе, правильно оцінювати його особистість і обирати власну комунікативну стратегію залежно від цієї оцінки, вміння впливати, переконувати у силі своїх аргументів тощо).

2.2. *Інформаційно-технологічні* — є своєрідною "надбудовою" та розвитком когнітивно-аналітичних за сприяння сучасних технологій. Йдеться про опанування належного рівня "інформаційно-технологічної грамотності" (ІТ-грамотність) і "інформаційно-технологічної культури" (ІТ-культура), що становлять основу цієї компетенції, яка дає змогу ефективно знаходити, оцінювати, використовувати інформацію для успішного застосування її в різноманітних видах діяльності й відносин. Технологічна підготовка майбутніх PR-фахівців у сучасних умовах передбачає обов'язкові вміння й навички роботи з комплексом технічних пристроїв для отримання, зберігання, опрацювання та трансляції інформації, а також здатність аналізувати, коли вона потрібна, вміння швидко віднайти дані, оцінити їх та ефективно використовувати [2, с. 298].

3. Фахово орієнтовані компетенції. До них належать:

3.1. *Підготовчо-організаційні* — підготовка та публікація необхідних інформаційних матеріалів, статей, фото-, кіно-, відеоматеріалів, фільмів, мультимедіа; підготовка та проведення прес-конференцій, демонстрацій, виставок, презентацій, урочистих засідань, різноманітних заходів; організація та проведення опитувань, інтерв'ю, перемовин; контент-аналіз інформаційних документів і матеріалів; організація та проведення PR-акцій, з огляду на конкретну ситуацію; опанування різноманітних методик поетапної реалізації PR-програм тощо. Більшість цих компетенцій розкрито й проаналізовано в роботі Г. Тульчицького "PR фирмы: технология и эффективность" [12]. Зазначимо, що вони відповідають "бізнес-моделі" PR-освіти, яка на рівні окремих структурних елементів має бути представлена в межах єдиної моделі підготовки піарників у ЗВО України.

3.2. *Спічрайтерські* — пов'язані з практикою публічних виступів і паблісіті (поширення інформації серед громадськості за допомогою ЗМІ). Основним є знання законів публічних виступів. Попри технічний прогрес, не варто вилучати з освітнього процесу подібні компетенції, з огляду на особистий, "живий" контакт з аудиторією, що залишається одним із найпереконливіших засобів комунікації. Він дає змогу персоналізувати організацію чи проблему, а також налагодити інформативне й корисне двостороннє спілкування оратора з аудиторією; сприяє відкритості, прагненню до союзництва й співпраці, що свідчить про високий рівень професіоналізму. Сучасний фахівець зі зв'язків з громадськістю має на належному рівні працювати з повідомленнями, які, на його думку, становлять предмет публічності. Опанування спічрайтерської компетенції пов'язано зі стимулюванням попиту на послугу чи діяльність за допомогою публікацій або презентацій на радіо, телебаченні. Популяризація матеріалу передбачає розуміння того, яка інформація привертає увагу медіа, на що, власне, й мають бути спрямовані прес-релізи, статті й повідомлення.

3.3. *Іміджмейкерські* — сукупність інтенцій і засобів, спрямованих на побудову та підтримку позитивного іміджу. Ці компетенції акумулюють багато інших умінь і навичок зі всіх рівнів, адже йдеться про поліструктурне явище, що характеризується стійкими зв'язками між окремими елементами. Створити й утримувати цілеспрямований образ особи, організації чи події — така квінтесенція PR-професії. Важливо навчитися планувати імідж, ставити завдання та виконувати його через конкретні заходи, впливаючи на емоційний фон окремої групи реципієнтів чи громадськості та, в кінцевому підсумку, на ухвалення ними рішень.

Висновки. Отже, останніми роками відбувається переорієнтація в оцінюванні результату освіти з понять "підготовленість", "освіченість" на поняття "компетенція", "компетентність". Реалізація компетентнісного підходу у ЗВО України потребує уваги не лише до основних умінь чи феномену професійних здібностей спеціаліста зі зв'язків із громадськістю, а й актуалізує проблему освітніх стандартів, кваліфікаційних вимог і фаховості професорсько-

викладацького складу. Формування компетенцій PR-спеціалістів у системі вищої школи має відбуватися відповідно до основних принципів (інтеграції фахового знання та практичної сфери його застосування; активізації самопізнання, самооцінки й самоврядування; доцільності; взаємодії викладача та студента; єдності індивідуальної й групової діяльності та ін.) і компонентів (цільовий, мотиваційний, змістовний, діяльнісний, оцінювальний та результативний) освіти. Серед структурних частин професійної компетентності PR-фахівців вирізняють базові (соціально-особистісні, когнітивно-аналітичні, контрольно-методичні), інформаційно-комунікаційні (власне комунікаційні й інформаційно-технологічні) та фахово орієнтовані (підготовчо-організаційні, спічрайтерські й іміджмейкерські) компетенції.

Перспективи подальших розвідок зумовлені усвідомленням факту, що реалізація зазначеного підходу потребує не лише виокремлення та аналізу набору компетенцій, яких має набути випускник вітчизняного ЗВО, а й переосмислення моделі PR-освіти у вищій школі. Недоліки освітньо-наукового дискурсу в галузі PR, які при цьому розкриваються, потребують перегляду на інтегративних засадах для визначення нових напрямів вдосконалення підготовки кадрів PR як галузі соціальної комунікації.

Список використаної літератури

1. *Аніщенко О. В.* Сучасні педагогічні технології: курс лекцій : навч. посібник / О. В. Аніщенко, Н. І. Яковець. — Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2007. — 199 с.
2. *Аниськин В. Н.* Информационно-технологическая компетентность личности как цель и ценность современного высшего профессионального образования / В. Н. Аниськин, А. Н. Ярыгин // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2013. — № 1 (23). — С. 298—301.
3. *Беликов В. А.* Образование. Деятельность. Личность / В. А. Беликов. — Москва : Академия естествознания, 2010. — 179 с.
4. *Блэк С.* Введение в паблик рилейшнз: пер. с англ. / С. Блэк. — Ростов н/Д : Феникс, 1998. — 240 с.
5. *Глоссарий* терминов рынка труда, разработки стандартов образовательных программ и учебных планов / Европейский фонд образования. — ЕФО, 1997.
6. *Зимняя И. А.* Компетентностный подход. Каково его место в системе современных подходов к проблемам образования? (теоретико-методологический аспект) / И. А. Зимняя // Высшее образование сегодня. — 2006. — № 8. — С. 20—26.
7. *Кобєлєв В. М.* PR в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / В. М. Кобєлєв, І. Є. Гармаш // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. "Технічний прогрес та ефективність виробництва". — Харків : НТУ "ХПІ". — 2011. — № 8. — С. 172—176.
8. *Компетентнісний* підхід у вищій освіті: світовий досвід ; [Антонюк Л. Л., Василькова Н. В., Ільницький Д. О. [та ін.] ; Київ. нац. економ. ун-т ім. Вадима Гетьмана. — Київ : КНЕУ, 2016. — 66 с.
9. *Королько В. Г.* Світовий досвід та українські "новації" в підготовці фахівців зі зв'язків із громадськістю / В. Г. Королько // Актуальні питання реформування комунікацій органів влади України з громадськістю : [доповіді міжнародної конференції] ; ред. В. Г. Королько. — Київ : [б. в.], 2016. — С. 10—18.
10. *Летуновский В. П.* Кадровое обеспечение профессиональных дисциплин в подготовке журналистов и специалистов других коммуникационных отраслей / В. П. Летуновский // Учебно-методическое объединение Северо-Запад : бюллетень ; под ред. Л. Г. Фещенко. — Санкт-Петербург : Филол. ф-т СПбГУ, 2012. — № 9. — С. 46—52.
11. *Поташник М. М.* Качество образования. Проблемы и технология управления / М. М. Поташник. — Москва : Педагогическое общество России, 2002. — 448 с.
12. *Тульчинский Г. Л.* PR фирмы: технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. — 304 с.
13. *Фурдуй С. Б.* Компетентнісний підхід у вищій школі в Україні: розробка та впровадження ідей при підготовці фахівців соціономічної сфери / С. Б. Фурдуй // Молодий вчений. — 2017. — № 3 (43). — С. 485—489.
14. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью / А. Н. Чумиков. — Москва : Дело, 2000. — 272 с.
15. *Figueroa-Rodriguez B.* Competence training in higher education: the case of the technological master "Prestación De Servicios Profesionales" from The Colegio De Postgraduados (México) / B. Figueroa-Rodriguez, B. Figueroa-Sandoval, K. A. Figueroa-Rodriguez // Procedia — Social and Behavioral Sciences. — 2012. — Vol. 46. — P. 2389—2393. — Mode of access: https://doi:10.1016/j.sbspro.2012.05.490. — Title from the screen.

Проанализированы особенности реализации компетентностного подхода в учреждениях высшего образования Украины, который направлен на подготовку PR-специалистов. Обосновано положение, что формирование ключевых компетенций специалистов по связям с общественностью в высшей школе должно происходить в соответствии с основными принципами и компонентами профессионального образования и содержать базовые (социально-личностные, когнитивно-аналитические, контрольно-методические), информационно-коммуникационные (собственно коммуникационные и информационно-технологические) и профессионально ориентированные (подготовительно-организационные, спичрайтерские и имиджмейкерские) компетенции.

The article looks into the peculiarities of the competency approach implementation in higher education institutions of Ukraine. This approach is aimed at PR-specialists training. It is substantiated that, in higher education establishments, the PR-specialists' key competences formation is to be in accordance with the basic principles and components of the professional education, thus including the basic (social and personal, cognitive and analytical, checking and methodical), the informational and communicational (exactly communicational and information-technological), and the professionally oriented (preparatory-organizational, speechwriting, and image-making) competencies.

Надійшла до редакції 20 листопада 2018 року