

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 659

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-688-697>

Шифр научной специальности 5.9.9

20 лет рекламному образованию на Тамбовщине

Андрей Васильевич ПРОХОРОВ  , Тамара Геннадиевна ПЯДЫШЕВА 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

 proh_and@rambler.ru

Аннотация. Посвящено 20-летию рекламного образования в Тамбовской области. В 2003 г. Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина осуществил первый набор студентов по специальности «Реклама», в том время как в других вузах региона реализовывалась специальность «Связи с общественностью». Представлена ретроспектива рекламного образования в Державинском университете, периодизация которого выстроена исходя из «принадлежности» к учебному подразделению университета, охарактеризована актуальная специфика образовательного процесса. Обозначены основные результаты в сфере публикационной активности преподавателей, задействованных в реализации образовательных программ бакалавриата и магистратуры, представлены наиболее яркие штрихи научной, грантовой, конкурсной деятельности студентов. Внимание уделено специфике профориентационной работы по направлению «Реклама и связи с общественностью», направленной на популяризацию профессиональной сферы среди школьников. За 20 лет подготовки специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью в Державинском университете сложились традиции, объединяющие педагогов, студентов, выпускников, представителей профессиональной отрасли («Неделя рекламы», «Неформальный клуб выпускников #РекламаТГУ»).

Ключевые слова: рекламное образование, реклама и связи с общественностью, бакалавриат, магистратура

Для цитирования: Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. 20 лет рекламному образованию на Тамбовщине // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 688-697. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-688-697>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



20th anniversary of advertising education in the Tambov region

Andrey V. PROKHOROV  , Tamara G. PYADYSHEVA 

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation
 proh_and@rambler.ru

Abstract. This work is dedicated to the 20th anniversary of advertising education in the Tambov region. In 2003, TSU named after G.R. Derzhavin carried out the first students enrollment in the specialty “Advertising”, while other universities in the region implemented the specialty “Public Relations”. The work presents a retrospective of advertising education at Derzhavin University, which periodization is built on the basis of “belonging” to the educational department of the university, and the actual specifics of the educational process are characterized. The main results in the field of teachers publication activity involved in the implementation of educational programs of bachelor’s and master’s degrees are outlined, the most striking strokes of scientific, grant, and competitive activities of students are presented. Attention is paid to the specifics of career guidance work in the direction of “Advertising and Public Relations”, aimed at popularizing the professional sphere among schoolchildren. For 20 years of training specialists in advertising and public relations field, Derzhavin University has developed traditions that unite teachers, students, graduates, representatives of the professional industry (“Nedelya reklamy”, “Neformal’nyi klub vypusknikov #ReklamaTGU”).

Keywords: advertising education, advertising and public relations, bachelor’s degree, master’s degree

For citation: Prokhorov A.V., & Pyadysheva T.G. 20th anniversary of advertising education in the Tambov region. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(3):688-697. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-688-697>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В 2023 г. Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина празднует 20-летие рекламного образования в Тамбовской области. 20 лет назад, в 2003 г., Державинский университет осуществил первый набор студентов на специальность 032401 – «Реклама». В рамках нашего исследования обозначим контуры рекламного образования в Тамбовской области, охарактеризуем роль Державинского университета в подготовке специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

РЕТРОСПЕКТИВА РЕКЛАМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДЕРЖАВИНСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Подготовка специалистов в сфере рекламы в России, начиная с первой половины 1990-х гг., велась в столичных вузах, а также ряде университетов в крупных городах. В региональных университетах подобная специальность зачастую казалась ненужной или просто непонятной, несмотря на то, что сам феномен рекламы всем был хорошо знаком по рекламным роликам финансовых пирамид, глобальных брендов, пришедших на

российский рынок. Появление новой для Тамбовского региона специальности было вызвано становлением регионального рынка рекламы и, соответственно, острой потребностью в высококвалифицированных специалистах в области рекламы.

Запросы общества и рынка труда того времени отразились на расширении структуры специальностей, реализуемых в региональных вузах. В 2003 г. наряду со специальностью «Реклама» в Державинском университете был открыт набор студентов по специальности «Дизайн», «Социально-культурный сервис и туризм», «Политология» и др. [1; 2].

В 2003 г. сделанный шаг казался сверхамбициозным, но время показало, что он себя полностью оправдал. Подтверждением этому стали мнения работодателей и выпускников, которые нашли себя в сфере рекламы. С тех пор состоялось 15 выпусков специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью. География выпускников преодолела границы Тамбовской области, перешагнула национальные границы (среди выпускников – иностранные студенты из Кении, Кот-д’Ивуара, Республики Чад).

ПЕРИОДИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДЕРЖАВИНСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Становление новой специальности в разное время проходило на базе различных кафедр: кафедры социально-культурных технологий и рекламы; кафедры менеджмента, маркетинга и рекламы; кафедры маркетинга, сервиса и рекламы; кафедры дизайна, сервиса и рекламы; кафедры дизайна и рекламы. С 2010 по 2015 г. выпускающей являлась кафедра рекламы и связей с общественностью Института филологии Державинского университета. В целом, выстраивается периодизация становления рекламного образования в Державинском университете исходя из структурной принадлежности специальности «Реклама», а позднее – направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» [1–4].

2003–2009 гг., Академия искусств, сервиса и рекламы (кафедра социально-культурных технологий и рекламы; кафедра маркетинга, сервиса и рекламы; кафедра дизайна, сервиса и рекламы).

2009–2012 гг., Институт сервиса и рекламы (кафедра дизайна и рекламы; кафедра рекламы и связей с общественностью).

2012–2015 гг., Институт филологии (кафедра рекламы и связей с общественностью);

2015–2021 гг., Институт экономики, управления и сервиса (кафедра менеджмента, маркетинга и рекламы);

2021 г. – по н. в., факультет филологии и журналистики (кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью).

С 2011 г. на кафедре рекламы и связей с общественностью ТГУ им. Г.Р. Державина (зав. кафедрой – к. ф. н., доцент А.В. Прохоров) ведется подготовка бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», а с 2012 г. – магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью» (магистерская программа «Брендинг в рекламе и связях с общественностью»). Знаковым следует считать 2015 г. Именно в этом году состоялся последний выпуск студентов по специальности «Реклама» и первый выпуск бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Подготовка будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью осуществляется профессорами и доцентами, а также специалистами-практиками. На разных этапах были задействованы преподаватели Державинского университета (профессоры И.В. Грошев, М.И. Долженкова, Л.Н. Макарова, В.Ю. Лапшин, доценты А.В. Прохоров, Т.Г. Пядышева, Н.А. Зелепукина, Е.В. Плотникова, И.В. Татаринцева, Л.А. Любимова, Т.О. Маликова, М.В. Новикова и др.), а также специалисты-практики – руководители и сотрудники пресс-служб, рекламных агентств (В.А. Шуняев, Е.А. Крупнина, Т.Е. Самойлова, П.Н. Серёгин, Ж.Н. Тимонина, С.С. Грибкова, А.Ю. Кузнецова, Е.Ю. Оськина и др.).

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ

В настоящее время подготовка бакалавров (образовательная программа «Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих сферах») и магистров (магистерская программа «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью») по направлению «Реклама и связи с общественностью» осуществляется кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью (зав. кафедрой – к. ф. н., доцент С.А. Серова). В реализации образовательных программ задействованы профессор (Е.А. Зверева, А.И. Иванов) и доценты (А.В. Прохоров, Т.Г. Пядышева, С.В. Гуськова, А.Е. Куцерубов, И.Ф. Чепурова, С.А. Никоненко и др.) Державинского университета, приглашенные профессора А.М. Шестерина, Л.Е. Малыгина, представляющие МГУ им. М.В. Ломоносова.

К проведению профильных сессий и мастер-классов привлекаются ведущие специалисты в области медиаобразования (профессор Санкт-Петербургского государственного университета С.Н. Ильченко, профессор Санкт-Петербургского государственного экономического университета А.Д. Криновосов, профессор Новгородского государственного университета Т.Л. Каминская, доцент Пермского государственного национального исследовательского университета И.М. Печищев).

В 2023 г. было подписано соглашение о сотрудничестве между Державинским университетом и Группой компаний «Скобеев и Партнеры», крупной российской компанией, предлагающей услуги в сфере интернет-маркетинга (работает с брендами «Слобода», «Банки.ру», «СТС», «РБК», «Гольфстрим» и др.). В рамках соглашения в университете создана базовая кафедра рекламы и маркетинга «Скобеев диджитал», задача которой заключается в подготовке специалистов в сфере рекламы, связей с общественностью и интернет-маркетинга. Реализация данного проекта призвана нивелировать разрыв между теорией и практикой в подготовке будущих

специалистов, а также способствовать адаптации молодых специалистов на рынке труда.

В ходе обучения студенты должны приобрести профессиональные навыки, овладеть новейшими технологиями, средствами и инструментами. Выполнение проектных работ позволяет развивать в студентах такие качества, как мобильность, динамизм, конструктивность, что невозможно просто за счёт усвоения определенного объёма теоретических знаний. На современном этапе от профессионалов требуется сопоставлять теорию с практикой. Все это позволяет сформировать проектную деятельность. В рамках дисциплины «Проектный семинар» студенты выполняют курсовые работы проектного типа. Так, в 2022/2023 учебном году студенты 2-го курса подготовили проекты, связанные с формированием и укреплением корпоративной культуры «Подкаст университета в формировании бренда», «Разработка рекламных сообщений для университетских пабликов», «Рекламный контент для корпоративных медиа» и др.

Студенты 4 курса У. Закусова и Д. Новикова в выпускной квалификационной работе проектного типа на тему «Разработка коммуникационной кампании «вуз – абитуриент» проанализировали специфику коммуникации ТГУ им. Г.Р. Державина, провели опросы и фокус-группы, разработали предложения по оптимизации данного направления. Представленные разработки прошли апробацию на конференциях и конкурсах, будут внедрены Управлением медиакоммуникаций вуза.

Организация практики студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», осуществляется как практически полезная работа студентов под руководством преподавателей по заказам предприятий и внутренних подразделений университета.

В ходе прохождения профессионально-ознакомительной практики на 2 курсе студент закрепляет в практической деятельности знания, полученные в процессе изучения специальных дисциплин, приобретает навыки практической работы будущей профессии. В ходе прохождения производственной (профессионально-творческой) практики на

3 курсе осуществляется формирование профессиональных компетенций, выработка практических навыков по организации и планированию деятельности предприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, закрепления теоретических знаний, полученных в соответствии с учебным планом. Базами практик выступают Тамбовское областное государственное бюджетное учреждение «Телерадиокомпания «Тамбовская губерния» (ТОГБУ «ТРК «Тамбовская губерния»), ФГУП «ВГТРК» ГТРК «Тамбов», Автономная некоммерческая организация «Любительская футбольная лига Тамбовской области», Общество с ограниченной ответственностью «Дэмис Инновационные Решения», ООО «Пальмира», ООО «Технологии рекламных инноваций», Союз «Тамбовская областная торгово-промышленная палата», Тамбовское областное государственное бюджетное учреждение культуры «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина», Тамбовское областное государственное бюджетное учреждение культуры «Тамбовская областная картинная галерея», Управление медиакоммуникаций ТГУ им. Г.Р. Державина, Практическая лаборатория студенческих медиапроектов ТГУ им. Г.Р. Державина.

Между Державинским университетом и АНО по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы», под эгидой которой в Тамбовской области функционирует Центр управления регионом (ЦУР), в марте 2022 г. заключено соглашение о сотрудничестве. В рамках сотрудничества реализуется программа профессиональной переподготовки «Связи с общественностью в органах государственной власти». Студенты, в свою очередь, имеют возможность стажироваться в Центре управления регионом, могут использовать знания, которые они получили в университете, на практике.

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ И ПУБЛИКАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ

С 2010 по 2016 г. в рамках деятельности **Лаборатории теоретических и прикладных исследований рекламы**, задействован-

ной в реализации образовательных программ по направлению «Реклама и связи с общественностью», издавался журнал «**Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы**» (ISSN 2218-7375), материалы которого представлены в системе Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). За эти годы на страницах журнала были опубликованы статьи исследователей и практиков из Москвы, Санкт-Петербурга, Астрахани, Брянска, Владивостока, Екатеринбурга, Казани, Липецка, Нижнего Новгорода, Омска, Перми, Ростова-на-Дону, Тамбова, Томска, Тулы, Тюмени, Уфы, Читы, Ярославля, стран дальнего зарубежья (Австралии, Португалии, США, Турции).

В целях обеспечения реализации образовательного процесса в разные годы вышли в свет учебные пособия сотрудников Державинского университета (Прохоров А.В. Реклама в блогах. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011; Прохоров А.В. Имиджелогия. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012; Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.О. Связи с общественностью в различных сферах. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2015; Прохоров А.В., Пядышева Т.Г., Маликова Т.О. Технологии написания рекламных и PR-текстов. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016; Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Теория и практика рекламной и PR-деятельности. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017).

Учебное пособие «Инновации и креативные технологии в условиях цифровизации медиаландшафта» (авторы Е.А. Зверева, А.В. Прохоров, Е.П. Семишова) стало лауреатом конкурса Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) на лучший учебник в области рекламы и связей с общественностью за 2023 г. [5].

Результаты научных исследований преподавателей представлены в научных статьях в профильных журналах («Коммуникативные исследования», «Неофилология», «Учёные записки НовГУ», «Вестник Воронежского университета. Филология. Журналистика» и др.), в ряде монографических изданий [6–8].

В научных и учебных изданиях нашли отражение результаты междисциплинарного

взаимодействия с лингвистами Державинского университета в области изучения потенциала использования технологий искусственного интеллекта¹, виртуальной и дополненной реальности в образовательном процессе [9; 10].

НАУЧНАЯ, ГРАНТОВАЯ, КОНКУРСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ

Студенты специальности «Реклама» и направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» успешно совмещали и совмещают учебную деятельность с научными и инновационными разработками, которые неоднократно получали высокую экспертную оценку на университетских, городских, региональных, всероссийских и международных конкурсах, фестивалях, конференциях. В разные годы студенты специальности «Реклама» становились победителями и призёрами конкурса студенческих инновационных проектов Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина (А.В. Терехов, проект «Разработка фирменного стиля рекламного агентства «Люкс Медиа»; Е.С. Янина, проекты «Брендбук студенческого кафе «Маскарад»», «Разработка упаковки продукции ООО «Диарит»»), призёрами университетского конкурса научных работ (И.А. Комарова). Е.С. Янина с авторскими проектами социальной рекламы по проблеме чистоты русского языка стала победителем Фестиваля русского языка в МГГУ им. М.А. Шолохова «Русский язык – общенациональное достояние народов Российской Федерации» в номинации «Социальная реклама» (2012 г.) [3; 4].

В 2013 г. команда студентов-рекламистов (Е.И. Попова, А.А. Николаева, О.И. Дёмина, Т.В. Жилина) представляла Державинский университет на XIII Всероссийском фестивале студентов с международным участием «PR – профессия третьего тысячелетия» (ЛЭТИ, Санкт-Петербург) и была отмечена среди победителей в номинации «PR-Квест» за «Лучший сценарий флешмоба» [3; 4].

В 2013 г. кафедра рекламы и связей с общественностью стала обладателем диплома I степени на VI Всероссийском студенческом фестивале социальной рекламы «Выход» за проект «Антимат. За чистоту речи» в номинации «PR-проекты».

Первое место в номинации «Печатная и полиграфическая реклама» пятого молодёжного рекламного фестиваля «FROG» (2015 г.) завоевала Д. Болкова за плакаты «Если бы сказка писалась в наши дни» и «Прекрасный мир».

Успехи в грантовой деятельности были связаны с участием в конкурсе тревел-грантов от Фонда М. Прохорова (О.И. Дёмина, Т.В. Жилина и Е.И. Попова).

Студентка бакалавриата направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Т. Белокурова неоднократно становилась обладателем стипендии им. А.А. Вознесенского в области литературы и журналистики за высокие результаты в научно-исследовательской деятельности (2021, 2022 гг.).

В рамках XIV Всероссийского форума по связям с общественностью в сфере кино и телевидения в Санкт-Петербурге (2022 г.) Державинский университет представляла команда студентов 4 курса «Тамбовская PR-стая» (У. Закусова, Д. Новикова, М. Карпов, В. Гречко, А. Болдырева), занявшая второе место в общем зачете при 46 командах. Первые места были завоеваны в номинациях «Видеовизитка» и «Мини-фильм», победа также была одержана в хакатоне.

В 2023 г. участие во Всероссийском фестивале рекламы и PR «INверсия» на базе Казанского государственного энергетического университета принесло следующие результаты: Д. Новикова и М. Карпов заняли 2 и 3 места соответственно за доклады на Всероссийской конференции с международным участием «Человек в измерении рекламы и PR», команда студентов «Тамбовская PR-стая» заняла 2 место в интеллектуально-творческой игре «Дебаты», 2 место в интеллектуально-творческой игре «Брейн-ринг».

¹ Методика обучения иностранному языку на основе технологий искусственного интеллекта. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2022. 78 с.

ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ РАБОТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В Державинском университете реализуется профориентационная работа со школьниками, ведется в различных форматах, носит многоуровневый характер (охватывает уровни образовательной программы; кафедры; института/факультета; университета). Одной из форм профориентационной работы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» традиционно является «Школа молодого рекламиста», которая функционирует с 2011 г. «Школа молодого рекламиста» призвана способствовать развитию креативного мышления учащихся, дальнейшему осознанному профессиональному самоопределению. Мастер-классы и семинары в рамках «Школы...» знакомят потенциальных абитуриентов с миром рекламы, современными инструментами рекламы и PR, предоставляют возможность попрактиковаться в разработке рекламных продуктов. Работа «Школы молодого рекламиста» демонстрирует свою эффективность: слушатели первых наборов «Школы молодого рекламиста» уже закончили бакалавриат, а некоторые – магистратуру по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изначально подразумевалось, что это будет проект исключительно для школьников старших классов и выпускных курсов колледжей. С 2018 г. площадкой для реализации проекта стала Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. Спикерами Школы молодого рекламиста выступают педагоги Державинского университета, специалисты-практики (сотрудники пресс-служб, молодежных медиацентров, рекламных и маркетинговых агентств), магистранты [11–13].

Интерес слушателей к занятиям «Школы молодого рекламиста» в последнее время связан с проектом «Профессии в деталях», который реализуется на базе Державинского университета. Профессиональные пробы в рамках школьного элективного курса «Профессии в деталях» – это проект, иницииро-

ванный Министерством образования и науки Тамбовской области. Целевая аудитория проекта – учащиеся девятых классов школ городов Тамбов и муниципалитетов области. В рамках профориентационной работы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» школьникам предлагаются профессиональные пробы «Рекламист – профессия XXI века» и «Современный пиарщик». Профессиональная проба «Рекламист – профессия XXI века» (реализуется с 2017/2018 учебного года) включает темы, касающиеся понятия и функций рекламы, основных видов и форм рекламной деятельности, основ копирайтинга, нейминга, разработки уникального торгового предложения и т. д. На заключительном занятии слушатели профессиональной пробы «Рекламист – профессия XXI века» представляют собственные разработки. На профессиональной пробе «Современный пиарщик» (реализуется с 2019/2020 учебного года) школьники знакомятся с основными функциями PR, технологиями построения имиджа, спецификой функционирования пресс-служб, основами написания PR-текстов и т. д. [14]. Интерактивный характер профессиональных проб позволяет школьнику примерить на себя конкретную профессиональную сферу, соотнести с личными интересами и склонностями, что в будущем будет способствовать осознанному профессиональному самоопределению.

ТРАДИЦИИ #РекламаТГУ

За 20 лет развития рекламного образования в Державинском университете сложились традиции, объединяющие педагогов, студентов, выпускников разных лет, специалистов-практиков.

Для профессионального сообщества рекламистов Державинского университета особым месяцем является октябрь, когда в университете проходит «Неделя рекламы». События «Недели рекламы» приурочены к празднованию Дня работника рекламы, профессионального праздника рекламистов, специалистов в сфере связей с общественностью и маркетинга. «Неделя рекламы» традиционно объединяет студентов, преподава-

телей, школьников региона в рамках мастер-классов, конкурсов, флешмобов [15].

В 2018 г. сообщество рекламистов Державинского университета приняло решение о создании «Неформального клуба выпускников #РекламаТГУ»². Появление такого профессионального объединения было приурочено к 15-летию рекламного образования на Тамбовщине. Цель функционирования данного клуба, на наш взгляд, заключается в формировании профессионального сообщества («комьюнити»), знакомстве студентов с опытом коллег, в обеспечении коммуникации «студент – выпускник» и, тем самым, преемственности традиций подготовки рекламистов в Державинском. «Неформальный клуб выпускников #РекламаТГУ» стал площадкой для профессиональной коммуникации студентов-рекламистов с

выпускниками-рекламистами, зарекомендовавшими себя в сфере продвижения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В течение 20 лет Державинский университет готовит специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, выстраивая образовательный процесс в соответствии с запросами рынка труда и актуальными трендами в профессиональной сфере. За это время состоялось 15 выпусков, подготовлено более 400 специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, которые нашли себя в коммерческой и государственной сферах в стране и за рубежом. Направление «Реклама и связи с общественностью» неизменно входит в число наиболее востребованных направлений подготовки среди абитуриентов Державинского университета. За два десятилетия сложились традиции, объединяющие преподавателей, студентов, выпускников, представителей отрасли.

² Неформальному клубу выпускников «Реклама ТГУ» исполнился год // Державинский университет: официальный сайт. 2019. URL: https://www.tsutmb.ru/news/8957-neformalnomu_klubu_vyipusknikov_reklama_tgu_ispolnilsya_god/ (дата обращения: 12.04.2023).

Список источников

1. *Грошев И.В., Борисов Б.В., Григорьева Е.И.* Академия искусств, сервиса и рекламы: прошлое, настоящее, будущее. Тамбов, 2004. 71 с.
2. *Долженкова М.И.* Об истории кафедры дизайна, сервиса и рекламы // Вестник Тамбовского университета. Кафедра дизайна, сервиса и рекламы. 1994–2009. Приложение к журналу. 2009. С. 3-17.
3. *Прохоров А.В., Пядышева Т.Г.* 10 лет рекламному образованию в Тамбовской области // Молодежь и социум. 2013. № 3 (15). С. 32-35. <https://elibrary.ru/rpzfmf>
4. *Прохоров А.В., Пядышева Т.Г.* 10 лет рекламному образованию на Тамбовщине // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2013. № 2 (6). С. 94-99. <https://elibrary.ru/uxtipt>
5. *Зверева Е.А., Прохоров А.В., Семишова Е.П.* Инновации и креативные технологии в условиях цифровизации медиаландшафта. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2022. 219 с. <https://elibrary.ru/devhub>
6. *Прохоров А.В.* Трансформация и современное состояние вузовской медиасреды. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2020. 153 с. <https://elibrary.ru/wyogzf>
7. *Прохоров А.В.* Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2021. 244 р. <https://elibrary.ru/gajzkx>
8. *Видная О.Е., Зверева Е.А., Гуськова С.В. и др.* Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2022. 258 с. <https://elibrary.ru/ijzblg>
9. *Сысоев П.В., Поляков О.Г., Евстигнеев М.Н. и др.* Обучение иностранному языку на основе технологий искусственного интеллекта / под науч. ред. П. В. Сысоева. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2023. 132 с.
10. *Прохоров А.В.* Медиапродукты на основе технологий виртуальной и дополненной реальности в обучении иностранным языкам // Иностранные языки в школе. 2023. № 3. С. 39-44. <https://elibrary.ru/wmvzmg>
11. *Прохоров А.В., Пядышева Т.Г.* Содержание профориентационной работы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в ТГУ имени Г.Р. Державина // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2020. Т. 19. № 3 (45). С. 91-94. [https://doi.org/10.20310/1810-231X-2020-19-3\(45\)-91-94](https://doi.org/10.20310/1810-231X-2020-19-3(45)-91-94), <https://elibrary.ru/qqlvyn>

12. Прохоров А.В., Грибкова С.С. «Школа молодого рекламиста» как инструмент профориентационной работы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» // Гуманитаризация инженерного образования: методологические основы и практика: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Тюмень: Тюменский индустриальный ун-т, 2020. С. 90-92. <https://elibrary.ru/kletgx>
13. Прохоров А.В. Университет как субъект профориентационной работы со школьниками // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. Т. 25. № 187. С. 15-20. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2020-25-187-15-20>, <https://elibrary.ru/owouwi>
14. Прохоров А.В., Пядышева Т.Г. Профессиональная проба как инструмент профориентационной работы по направлению «Реклама и связи с общественностью» // Коммуникативная культура: история и современность: материалы 12 Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2022. С. 25-27. <https://doi.org/10.25205/978-5-4437-1402-8-25-27>
15. Прохоров А.В. Специальное событие как инструмент продвижения образовательных услуг // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 4 (132). С. 49-53. <https://elibrary.ru/vmfand>

References

1. Groshev I.V., Borisov B.V., Grigor'eva E.I. *Akademiya iskusstv, servisa i reklamy: proshloe, nastoyashchee, budushchee* [Academy of Arts, Service and Advertising: Past, Present, Future]. Tambov, 2004, 71 p. (In Russ.)
2. Dolzhenkova M.I. Ob istorii kafedry dizaina, servisa i reklamy [About the history of design, service and advertising department]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Kafedra dizaina, servisa i reklamy. 1994–2009. Prilozhenie k zhurnalu* [Tambov University Review. Design, Service and Advertising Department. 1994–2009. Supplement to the Journal], 2009, pp. 3-17. (In Russ.)
3. Prokhorov A.V., Pyadysheva T.G. 10th anniversary of advertising education in the Tambov region. *Molodezh' i sotsium = Youth and Society*, 2013, no. 3 (15), pp. 32-35. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rpzfmf>
4. Prokhorov A.V., Pyadysheva T.G. 10 let reklamnomu obrazovaniyu na Tambovshchine [10th anniversary of advertising education in the Tambov region]. *Al'manakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy reklamy = Almanac of Theoretical and Applied Studies of Advertising*, 2013, no. 2 (6), pp. 94-99. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uxtipt>
5. Zvereva E.A., Prokhorov A.V., Semishova E.P. *Innovatsii i kreativnye tekhnologii v usloviyakh tsifrovizatsii medialandshafta* [Innovations and Creative Technologies in the Context of Digitalization of the Media Landscape]. Tambov, Publishing House "Derzhavinskii", 2022, 219 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/devhub>
6. Prokhorov A.V. *Transformatsiya i sovremennoe sostoyanie vuzovskoi mediasredy* [Transformation and Current State of the University Media Environment]. Tambov, Publishing House "Derzhavinskii", 2020, 153 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wyogzf>
7. Prokhorov A.V. *Urovnevaya model' mediauniversuma sovremennogo universiteta* [Level Model of the Media Universe of a Modern University]. Tambov, Publishing House "Derzhavinskii", 2021, 244 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gajzkk>
8. Vidnaya O.E., Zvereva E.A., Gus'kova S.V. et al. *Mediakul'tura tsifrovoi epokhi: sostoyanie, problemy, perspektivy* [Media Culture of the Digital Age: State, Problems, Prospects]. Tambov, Publishing House "Derzhavinskii", 2022, 258 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ijzblg>
9. Sysoev P.V., Polyakov O.G., Evstigneev M.N. et al. *Obuchenie inostrannomu yazyku na osnove tekhnologii iskusstvennogo intellekta* [Foreign Language Teaching Based on Artificial Intelligence Technologies]. Tambov, Publishing House "Derzhavinskii", 2023, 132 p. (In Russ.)
10. Prokhorov A.V. Media products based on Vr- and Ar-technologies in teaching foreign languages. *Inostrannye yazyki v shkole = Foreign Languages at School*, 2023, no. 3, pp. 39-44. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wmvzmg>
11. Prokhorov A.V., Pyadysheva T.G. Content of career guidance work in "Advertising and public relations" programme at Derzhavin TSU. *Psikhologo-pedagogicheskii zhurnal Gaudeamus = Psychology-Pedagogical Journal Gaudeamus*, 2020, vol. 19, no. 3 (45), pp. 91-94. (In Russ.) [https://doi.org/10.20310/1810-231X-2020-19-3\(45\)-91-94](https://doi.org/10.20310/1810-231X-2020-19-3(45)-91-94), <https://elibrary.ru/qqlyvn>
12. Prokhorov A.V., Gribova S.S. "School of a young advertiser" as a tool for career guidance in the field of training "advertising and public relations". *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Gumanitarizatsiya inzhenernogo obrazovaniya: metodologicheskie osnovy i praktika»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Humanitarianization of Engineering Education: Methodo-

- logical Foundations and Practice”]. Tyumen, Industrial University of Tyumen, 2020, pp. 90-92. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kletgx>
13. Prokhorov A.V. University as a subject of career guidance work with school students. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review: Series Humanities*, 2020, vol. 25, no. 187, pp. 15-20. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2020-25-187-15-20>, <https://elibrary.ru/owouwi>
14. Prokhorov A.V., Pyadysheva T.G. Professional'naya proba kak instrument porfiorientatsionnoi raboty po napravleniyu «Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu» [Professional test as a tool for career guidance in the direction of “Advertising and Public Relations”]. *Materialy 12 Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem «Kommunikativnaya kul'tura: istoriya i sovremennost'»* [Proceedings of the 12th All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation “Communicative Culture: History and Modernity”]. Novosibirsk, Publishing and Printing Center of Novosibirsk State University, 2022, pp. 25-27. (In Russ.) <https://doi.org/10.25205/978-5-4437-1402-8-25-27>
15. Prokhorov A.V. Special event as instrument of education services introduction promotion. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review: Series Humanities*, 2014, no. 4 (132), pp. 49-53. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vmfand>

Информация об авторах

Прохоров Андрей Васильевич, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1263-695X>, proh_and@rambler.ru

Вклад в статью: концепция исследования, анализ рекламного образования в Тамбовской области, обработка и редактирование материала, написание части текста статьи.

Пядышева Тамара Геннадиевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1275-6740>, ms.TamaraEKC@gmail.com

Вклад в статью: обработка материала, поиск и анализ литературы, анализ рекламного образования в Тамбовской области, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 05.06.2023

Поступила после рецензирования 15.06.2023

Принята к публикации 22.06.2023

Information about the authors

Andrey V. Prokhorov, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1263-695X>, proh_and@rambler.ru

Contribution: study conception, advertising education in the Tambov region analysis, processing and editing material, part of manuscript text drafting.

Tamara G. Pyadysheva, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1275-6740>, ms.TamaraEKC@gmail.com

Contribution: material processing, literature search and analysis, advertising education in the Tambov region analysis, part of manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received June 05, 2023

Revised June 15, 2023

Accepted June 22, 2023