



Научно-исследовательский журнал «Педагогическое образование» / *Pedagogical Education*
<https://po-journal.ru>
2025, Том 6, № 9 / 2025, Vol. 6, Iss. 9 <https://po-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.8.7. Методология и технология профессионального образования (педагогические науки)
УДК 372.8

Использование технологий геймификации при формировании профессиональной иноязычной компетенции студентов направления «Реклама»

¹ Полякова С.В.,

² Вицина А.В.,

¹ Пермский государственный национальный исследовательский университет

² Пермский финансово-экономический колледж

Аннотация: статья посвящена анализу и практической реализации технологий геймификации в обучении английскому языку для специальных целей студентов среднего профессионального образования (СПО) по направлению «Реклама». Рассматриваются теоретические подходы, зарубежный и российский опыт, психолого-педагогические аспекты и ограничения применения геймификации. Представлены результаты педагогического эксперимента, подтверждающие значительное повышение уровня мотивации и компетенции студентов при использовании технологий геймификации в процессе формирования профессиональной иноязычной компетенции студентов.

Ключевые слова: геймификация, профессиональная иноязычная компетенция, английский для специальных целей, реклама, мотивация, образовательные платформы, студенты СПО

Для цитирования: Полякова С.В., Вицина А.В. Использование технологий геймификации при формировании профессиональной иноязычной компетенции студентов направления «Реклама» // Педагогическое образование. 2025. Том 6. № 9. С. 265 – 270.

Поступила в редакцию: 27 июня 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 26 июля 2025 г.; Принята к публикации: 26 августа 2025 г.

Applying gamification to enhance professional foreign language competence in Advertising students

¹ Polyakova S.V.,

² Vitsina A.V.,

¹ Perm State University

² Perm College of Finance and Economics

Abstract: this article explores the analysis and practical application of gamification technologies in teaching General English and English for Specific Purposes to advertising students at the secondary vocational education level. It examines theoretical frameworks, international and Russian experiences, and the psychological and pedagogical aspects of gamification, alongside its limitations. The article presents the results of a pedagogical experiment, demonstrating a significant increase in students' motivation and professional foreign language competence as a result of incorporating gamification technologies into foreign language instruction.

Keywords: gamification, professional foreign language competence, ESP, advertising, motivation, educational platforms, vocational students

For citation: Polyakova S.V., Vitsina A.V. Applying gamification to enhance professional foreign language competence in advertising students. Pedagogical Education. 2025. 6 (9). P. 265 – 270.

The article was submitted: June 27, 2025; Approved after reviewing: July 26, 2025; Accepted for publication: August 26, 2025.

Введение

В условиях стремительной цифровизации и развития глобальных коммуникаций растёт спрос на специалистов, умеющих эффективно использовать иностранный язык в профессиональной сфере. Особенно это актуально для студентов СПО по направлению «Реклама», где владение английским становится не только средством общения, но и важным фактором конкурентоспособности. Обучение в этой сфере носит практико-ориентированный характер, требующий применения языка в профессиональном и международном контексте.

Однако преподавание английского в СПО сталкивается с рядом проблем: большинство студентов приходят с низким уровнем (A1-A2), что затрудняет освоение профессиональной лексики и выполнение профильных заданий. Кроме того, учебные материалы быстро устаревают и не учитывают современные тренды (digital-маркетинг, SMM, визуальный контент, креативное письмо). При этом традиционные методы – чтение, перевод, грамматика – не способствуют высокой мотивации и не раскрывают ценность языка для будущей профессии.

Как результат, недостаточная интеграция курса английского с профильными дисциплинами и нехватка интерактивных форматов снижают заинтересованность студентов, что ведёт к формальному усвоению знаний и ухудшает качество подготовки специалистов. Решение этих проблем важно для формирования конкурентоспособных кадров, готовых к работе на глобальном рынке рекламы.

В этих условиях особую актуальность приобретает внедрение инновационных педагогических технологий, способных интегрировать образовательные и мотивационные аспекты обучения. Одной из таких технологий является геймификация – применение игровых элементов и механик в процессе обучения для достижения максимальной мотивации и вовлеченности учащихся [6]. Как подчёркивает А.Г. Широколобова, «в результате стремительного процесса цифровизации всех сфер жизни общества геймификация стала актуальным трендом в образовании и популярным инструментом обучения» [7, с. 8]. Кроме того, «...реализация геймификации в контексте формирования определенных профессиональных компетенций... расширяет границы профессионально-личностного развития для всех субъектов образовательной деятельности [1].

Ключевые компоненты геймификации включают миссии, квесты, бонусы, баллы, значки, рейтинги, сюжетные линии и симуляторы, которые создают более интересную и привлекательную образовательную среду [1, 2]. Как подчёркивает Т.И. Краснова, «продвижение по уровням, зарабатывание очков и получение наград в игровой среде даёт реальное ощущение успеха. Студентов мотивирует перспектива получения наград или признания, что способствует их активному участию в учебной деятельности» [4, с. 159]. В отличие от игровых образовательных продуктов, геймификация не заменяет учебный процесс, а усиливает его за счёт вовлечения студентов, моделирования реальных профессиональных ситуаций и формирования мотивационной образовательной среды [1, 3].

Анализ отечественного и зарубежного опыта показывает, что геймификация способствует росту учебной мотивации, вовлечённости [5, 6, 7, 8, 10], и развитию профессионально ориентированных языковых навыков [5, 9]. Она также оказывает поддержку преподавателям, помогая повысить интерес студентов и развить их научно-исследовательские способности [2, 10]. Вместе с тем, в системе среднего профессионального образования, особенно в направлении «Реклама», данный подход остаётся малоиспользуемым и требует методической адаптации с учётом особенностей целевой аудитории и образовательных стандартов.

Цель данной статьи – проанализировать педагогическую эффективность геймификации в обучении иностранному языку студентов СПО направления «Реклама» и проанализировать результаты педагогического эксперимента по апробации авторской геймифицированной методики, направленной на формирование профессиональной иноязычной компетенции.

Материалы и методы исследований

Методология педагогического эксперимента опирается на комплексный подход, сочетающий качественные и количественные методы сбора и анализа данных. В исследовании применялись положения компетентностного, деятельностного и личностно-ориентированного подходов, отражающих актуальные требования к профессиональному образованию.

Базой исследования послужил ЧПОУ «Финансово-экономический колледж» г. Перми. В эксперименте приняли участие 25 студентов 2 курса по специальности 42.02.01. «Реклама», одна из которых была выбрана в качестве контрольной группы, а другая – экспериментальной.

Интеграция обучения с использованием технологий геймификации была организована в аудиторные часы (16 ч.) дисциплины «Иностранный язык (английский) в профессиональной деятельности».

Материалы курса включали задания на 17 платформах, таких как Взнание, Worldword, CoreApp, Stepik, Moodle, Figma, Genially, Miro и других. В каждый тематический урок раздела курса интегрировались определенные цифровые инструменты в соответствии с дидактическими принципами. Например, в рамках изучения тем «Ознакомление с основами брендинга и его ролью в рекламе. Этапы разработки бренда. Анализ российских и зарубежных брендов» и «Понятия слоганов, их виды и особенности. Анализ и разработка слоганов, ориентированных на конкретные цели и аудиторию» студентам была предложена соответствующая принципу прогрессии стратегия, где на первом этапе используется геймифицированная карточная игра или платформа «Wordwall» для заучивания и первичного повторения лексики, такой как названия брендов, виды слоганов, глаголы, прилагательные, используемые в рекламе, далее следует квиз для проверки понимания изученного материала в интерактивном формате.

Исследование проводилось в три этапа:

1. Констатирующий этап: диагностика уровня профессиональной иноязычной компетенции, а также анкетирование по шкале учебной мотивации.

Анкетирование по шкале учебной мотивации на констатирующем этапе.

1. Формирующий этап: реализация геймифицированной методики преподавания английского языка в профессиональной деятельности, включение заданий с баллами, рейтингами, мини-играми и квестами.

2. Контрольный этап: итоговое тестирование обеих групп в рамках усвоенного материала, а также повторное анкетирование по шкале учебной мотивации. Также был проведен сопоставительный анализ результатов контрольной и экспериментальной групп и были сделаны выводы об эффективности методики.

Анкетирование по шкале учебной мотивации на контрольном этапе было идентично анкетированию, проводимому на констатирующем этапе. Вторая анкета включала следующие пять дополнительных вопросов о восприятии геймификации студентами:

1. Игровые форматы помогают мне запоминать материал.
2. Баллы, рейтинги или командные игры делают обучение интереснее.
3. Я стал(а) активнее участвовать на уроках с геймифицированными заданиями.
4. Мне легче сосредоточиться, когда задания представлены в виде игры.
5. Я считаю, что геймификация делает изучение английского языка полезнее.

Эффективность методики оценивалась по пяти критериям: рост уровня усвоения профессиональной лексики, улучшение навыков устной и письменной профессиональной коммуникации, повышение вовлеченности и активности студентов, изменения в мотивационном аспекте, а также повышение результативности по контрольным тестам.

Для оценки уровня учебной мотивации использовалась адаптированная шкала, на основе которой было проведено анкетирование на констатирующем и контрольном этапах.

Результаты и обсуждения

Результаты анкетирования на первом этапе показали, что у большинства студентов экспериментальной группы была сформирована средняя мотивация (46%), высокая мотивация – у 31% и низкая мотивация – у 23%, тогда как у большинства студентов контрольной группы показатель средней мотивации со ставил 66%, высокая мотивация – у 17% и низкая мотивация – у 17%. Результаты анкетирования на контрольном этапе у студентов экспериментальной группы показали рост высокой мотивации (54%), при этом у студентов контрольной группы наблюдался незначительный рост высокой мотивации (25%).

Для диагностики компетенций в сфере английского языка в профессиональной деятельности до и после эксперимента были разработаны диагностическое и итоговое тестирования, направленные на оценку уровня лингвистических навыков в профессиональном контексте. В диагностическом тесте экспериментальная группа набрала 26 баллов из 780 возможных, что составляет 3,33% выполнения. В итоговом тесте эта же группа набрала 568 баллов из 780, что соответствует 78,82%. Контрольная группа выполнила диагностический тест на 5% (36 баллов из 720), а по итоговому тесту показала результат в 63,06% (454 балла из 720). Исходя из анализа данных можно сделать вывод о том, что в экспериментальной группе наблюдается значительное повышение результатов. Это свидетельствует об эффективности применения технологий геймификации.

В завершение экспериментального этапа были подведены итоги интеграции технологий геймификации, реализованной в ходе практических занятий. Система баллов, рейтинга на платформе «Взнания», а также трекинг прогресса позволили не только отслеживать индивидуальный прогресс студентов, но и стимулировали их участие за счёт элементов соревновательности. В рамках реализации геймифицированной методики обучения английскому языку в профессиональной сфере был сформирован итоговый рейтинг участников на платформе «Взнания». Рейтинг формировался на основе процента выполнения обучающих заданий. Большинство студентов набрали высокий процент выполнения заданий, что позволяет подтвердить тезис о положительном восприятии игрового формата обучения. Таким образом, данные рейтинга подтверждают эффективность геймифицированного подхода к повышению мотивации к обучению у большинства студентов и, как следствие, формированию иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере (рис. 1).

Студент	Тест 1	Урок 1	Игра	ДЗ	Урок 2	Урока	ДЗ	Урок 3	Игра	ДЗ	Урок 4	Игра	ДЗ	Урок 5	Игра	ДЗ	Урок 6	Игра	ДЗ	Анализ брендов	Урок 7	Игра	ДЗ	Урок 8	Игра	ДЗ	Тест 2	Итоги	Сумма	Рейтинг		
1b	2/60	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	48/60	7	87	6
2b	0/60	1	1	0	1	3	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	42/60	6	71	10
3b	3/60	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	36/60	10	74	8
4b	5/60	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	54/60	10	97	4
5b	0/60	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	2	1	1	1	0	1	3	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	24/60	4	49	12
6b	0/60	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	2	4	1	1	1	0	1	1	1	1	1	40/60	5	73	9	
7b	2/60	1	1	1	2	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	54/60	10	98	3	
8b	6/60	0	1	1	3	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	5	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	58/60	8	103	1	
9b	0/60	1	1	1	1	1	1	1	3	1	0	1	1	2	0	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	0	36/60	2	67	11		
10b	3/60	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	48/60	9	85	7	
11b	1/60	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	52/60	10	95	5
12b	4/60	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	2	1	54/60	9	100	2		
13b	0/60	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	3	1	1	2	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	0	32/60	3	42	13		
Итого:	26/780																											568/780				

Рис. 1. Таблица трекинга прогресса экспериментальной группы.

Fig. 1. Progress tracking table for the experimental group.

Согласно таблице трекинга прогресса экспериментальной группы (рис. 1), наивысший результат показал студент 8b, набравший 103 балла благодаря стабильной работе в течение всех этапов образовательного процесса, в том числе активному участию в играх и выполнению тестов. Данный рейтинг позволил объективно отследить прогресс каждого участника и подтвердил, что элементы технологий геймификации, при должной организации и сопровождении, способствуют значительному росту мотивации и учебной активности у большинства студентов.

Сравнение итогов также показало, что включение игровых и интерактивных элементов особенно эффективно для поддержания интереса на протяжении длительного учебного модуля. В отличие от экспериментальной группы студентов, в контрольной группе трекинг прогресса не был введен. Однако, результаты диагностического и итогового тестов были необходимы для проведения анализа итогов.

Выводы

Геймификации является эффективным методом формирования профессиональной иноязычной компетенции студентов СПО специальности «Реклама», поскольку способствует повышению мотивации и качеству усвоения учебного материала. Разработанная авторская геймифицированная методика базируется на принципах адаптивности, прогрессии, интерактивности и вовлечённости студентов. Она помогает более глубокому усвоению лексики, развитию речевых навыков и формированию уверенности в использовании языка в профессиональном контексте. Результаты исследования показали значительную положительную динамику в уровне профессионально ориентированных языковых знаний, рост учебной мотивации и повышение вовлечённости студентов в образовательный процесс, а также положительное влияние игровых механизмов на эмоциональное восприятие и развитие интеллектуальных эмоций студентов.

Полученные результаты также свидетельствуют о целесообразности интеграции геймифицированных технологий в образовательный процесс среднего профессионального образования для повышения качества подготовки специалистов в рекламной сфере.

Перспективным направлением дальнейших исследований является адаптация и апробация разработанной геймифицированной методики в рамках других профессиональных направлений среднего профессионального образования, а также её интеграция с новыми цифровыми образовательными платформами и технологиями искусственного интеллекта. Это позволит расширить возможности формирования профессио-

нальной иноязычной компетенции и повысить качество подготовки специалистов в условиях быстро меняющегося образовательного и профессионального ландшафта.

Список источников

1. Антоновский А.В., Жуйкова С.А. Геймификация в образовании как фактор формирования актуальных профессиональных компетенций // Прикладная психология и педагогика. 2024. № 2. С. 165 – 173.
2. Иванова М.В., Кузнецова О.Н. Игрофикация в обучении: мотивация через игровые элементы // Педагогика и психология образования. 2023. № 2. С. 40 – 48.
3. Караваев Н.Л., Соболева Н.Л. Совершенствование методологии геймификации учебного процесса в цифровой образовательной среде. М., 2019. 120 с.
4. Краснова Т.И. Геймификация как катализатор вовлечённости студентов // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 1 (104). С. 158 – 161. URL: <https://moluch.ru/archive/91/19871/> (дата обращения: 10.03.2025).
5. Му Ц. Обзор актуальных исследований применения геймификации в российских вузах // Управление образованием: теория и практика. 2025. Т. 15. № 2-1. С. 15 – 29.
6. Уразметова А.В., Хакимова Р.Б. Геймификация и игрофикация в образовательном процессе // Педагогика и просвещение. 2025. № 1. С. 183 – 194. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70262 (дата обращения: 10.03.2025).
7. Широколобова А.Г. Геймификация в условиях цифровой трансформации образования // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: психолого-педагогические науки. 2022. Т. 19. № 1. С. 5 – 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-obrazovaniya> (дата обращения: 22.06.2025).
8. Dicheva D., Dichev C., Agre G., Angelova G. Gamification in education: A systematic review. Educational Technology & Society. 2018. No. 21 (3). P. 75 – 88.
9. Hamari J., Shernoff D.J., Rowe E., Coller B., Asbell-Clarke J., Edwards T. Challenging games help students learn: An empirical study on engagement, flow and immersion in game-based learning. Computers in Human Behavior. 2016. P. 170 – 179.
10. Peterson M. Using gamification to enhance second language learning. Language Learning & Technology. 2020. No. 24 (1). P. 124 – 143.
11. Sailer M., Hense J., Mandl H., Klevers M. Psychological perspectives on motivation through gamification. Interaction Design and Architecture(s) Journal – IxD&A. 2018. No. 37. P. 28 – 37.

References

1. Antonovsky A.V., Zhuikova S.A. Gamification in Education as a Factor in the Formation of Relevant Professional Competencies. Applied Psychology and Pedagogy. 2024. No. 2. P. 165 – 173.
2. Ivanova M.V., Kuznetsova O.N. Gamification in Learning: Motivation through Game Elements. Pedagogy and Psychology of Education. 2023. No. 2. P. 40 – 48.
3. Karavaev N.L., Soboleva N.L. Improving the Methodology of Gamification of the Educational Process in the Digital Educational Environment. Moscow, 2019. 120 p.
4. Krasnova T.I. Gamification as a Catalyst for Student Engagement. World of Science, Culture, Education. 2024. No. 1 (104). P. 158 – 161. URL: <https://moluch.ru/archive/91/19871/> (date of access: 10.03.2025).
5. Mu Ts. Review of current research on the use of gamification in Russian universities. Education Management: Theory and Practice. 2025. Vol. 15. No. 2-1. P. 15 – 29.
6. Urazmetova A.V., Khakimova R.B. Gamification and gamification in the educational process. Pedagogy and education. 2025. No. 1. P. 183 – 194. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70262 (date of access: 10.03.2025).
7. Shirokolobova A.G. Gamification in the Context of Digital Transformation of Education. Bulletin of Samara State Technical University. Series: Psychological and Pedagogical Sciences. 2022. Vol. 19. No. 1. P. 5 – 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-obrazovaniya> (date of access: 22.06.2025).
8. Dicheva D., Dichev C., Agre G., Angelova G. Gamification in education: A systematic review. Educational Technology & Society. 2018. No. 21 (3). P. 75 – 88.
9. Hamari J., Shernoff D.J., Rowe E., Coller B., Asbell-Clarke J., Edwards T. Challenging games help students learn: An empirical study on engagement, flow and immersion in game-based learning. Computers in Human Behavior. 2016. P. 170 – 179.

10. Peterson M. Using gamification to enhance second language learning. *Language Learning & Technology*. 2020. No. 24 (1). P. 124 – 143.

11. Sailer M., Hense J., Mandl H., Klevers M. Psychological perspectives on motivation through gamification. *Interaction Design and Architecture(s) Journal – IxD&A*. 2018. No. 37. P. 28 – 37.

Информация об авторах

Полякова С.В., кандидат филологических наук, доцент, кафедра лингводидактики, Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь, polsvetlana@yandex.ru

Вицина А.В., преподаватель, Пермский финансово-экономический колледж, г. Пермь

© Полякова С.В., Вицина А.В., 2025
