

## Возможности применения ситуационного анализа в подготовке специалиста в области медиакоммуникаций

### **Виктория Викторовна Волкова**

Доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой Медиакоммуникаций факультета Рекламы и связей с общественностью  
Институт массмедиа и рекламы Российского государственного гуманитарного университета  
Москва, Россия  
bv1601@rambler.ru  
ORCID 0000-0000-0000-0000

### **Денис Геннадьевич Коровяковский**

Доктор педагогических наук, кандидат юридических наук, доцент, профессор кафедры Медиакоммуникаций факультета Рекламы и связей с общественностью  
Институт массмедиа и рекламы Российского государственного гуманитарного университета  
Москва, Россия  
sirah13@mail.ru  
ORCID 0000-0000-0000-0000

Поступила в редакцию 09.01.2024

Принята 26.02.2024

Опубликована 15.04.2024

УДК 007:004.738.5:316.77:37.018.43

DOI 10.25726/q9870-3515-7554-o

EDN AUDSOI

ВАК 5.8.7. Методология и технология профессионального образования (педагогические науки)

OECD 05.03.HE EDUCATION, SPECIAL

### **Аннотация**

В статье рассматриваются возможности применения ситуационного анализа в подготовке специалистов в области медиакоммуникаций. Актуальность темы обусловлена необходимостью модернизации методического обеспечения образовательного процесса с учетом особенностей современного студента. Цель исследования – выявить потенциал ситуационного анализа как активной технологии обучения будущих медиаспециалистов. Методы включали анализ научной литературы, обобщение педагогического опыта преподавания профильных дисциплин, социологический опрос студентов (n=109). Установлено, что ситуационный анализ способствует формированию ключевых профессиональных компетенций: коммуникативных навыков, презентационных умений, интерактивности, самооценки и др. Выявлены различные виды ситуаций (ситуация-иллюстрация, ситуация-оценка, ситуация-упражнение) и формы работы (анализ конкретных ситуаций, кейс-стади). Разработан алгоритм применения метода кейсов, включающий этапы анализа практической ситуации в подгруппах, межгруппового обсуждения, подведения итогов. В заключении сделаны выводы о дидактическом потенциале ситуационного анализа, даны рекомендации по его эффективному использованию в условиях цифровизации и с учетом психологических особенностей обучающихся (клиповое мышление).

### **Ключевые слова**

подготовка специалиста в области медиакоммуникаций, активные технологии обучения, ситуационный анализ, метод кейс-стади.

### **Введение**

Подготовка квалифицированных специалистов в области медиакоммуникаций выступает одной из приоритетных задач высшего образования в условиях динамичного развития информационного общества. Современная индустрия медиа предъявляет высокие требования к выпускникам профильных образовательных программ, среди которых: системное мышление, развитые коммуникативные навыки, способность работать в мультидисциплинарных командах, готовность к инновационной деятельности (Березовская, 2015; Волкова, 2012). Формирование соответствующих компетенций требует модернизации содержания и технологий обучения с учетом лучших мировых практик. Особую актуальность приобретает проблема разработки методического обеспечения образовательного процесса, адекватного психологическим характеристикам современных студентов (Беспалько, 1989; Дунаева, 2020). Как показывают исследования, для нового поколения обучающихся характерно клиповое мышление, связанное с фрагментарным восприятием информации, постоянным переключением внимания, ориентацией на визуальный контент (Волкова, 2012; Вартанова, 2019). В этих условиях традиционные методы обучения, основанные на трансляции больших объемов учебного материала, оказываются малоэффективными. Требуются активные образовательные технологии, позволяющие преодолеть когнитивные и коммуникативные дефициты студентов. Одной из таких технологий выступает ситуационный анализ, зарекомендовавший себя в бизнес-образовании и постепенно получающий распространение в других областях профессиональной подготовки (Кирьякова, 2019). Несмотря на солидную историю и доказанную результативность данного метода, его потенциал в медиаобразовании раскрыт недостаточно. Целью настоящего исследования является выявление возможностей применения ситуационного анализа в подготовке специалистов по медиакоммуникациям с учетом специфики современного студенчества.

Задачи исследования:

1. охарактеризовать сущность ситуационного анализа как образовательной технологии, его виды и формы;
2. проанализировать опыт использования метода кейсов в преподавании дисциплин медиакоммуникационного профиля;
3. разработать алгоритм применения кейс-технологии с учетом особенностей обучающихся;
4. определить условия эффективности ситуационного анализа в формировании профессиональных компетенций будущих медиаспециалистов.

### **Материалы и методы исследования**

Исследование опирается на комплекс теоретических и эмпирических методов. Теоретико-методологическую базу составили ключевые положения компетентностного подхода в высшем образовании, концепция активного обучения, принципы кейс-технологии. Теоретические методы включали анализ и обобщение научной литературы по проблеме исследования, сравнение и систематизацию подходов к трактовке ситуационного анализа. Эмпирическое исследование проводилось на базе Российского государственного гуманитарного университета в 2022-2023 учебном году. Генеральную совокупность составили студенты 1 курса (n=109), обучающиеся по направлению 42.03.05 «Медиакоммуникации» (уровень бакалавриата). На разных этапах исследования применялись методы включенного наблюдения, анкетирования, интервьюирования, фокус-групп. Основным методом сбора данных выступило анкетирование студентов после изучения дисциплин «Теория и практика медиакоммуникаций», «Правовое регулирование медиа» с использованием ситуационных заданий.

Анкета включала блоки вопросов, направленных на выявление:

1. общей удовлетворенности студентов применением кейс-метода;
2. оценки его развивающего потенциала (влияния на коммуникативные навыки, умение работать в команде, критическое мышление и др.);
3. сильных и слабых сторон конкретных видов кейсов и алгоритмов работы с ними;
4. трудностей, возникающих у студентов при решении ситуационных заданий.

Надежность результатов обеспечивалась применением валидного инструментария, репрезентативностью выборочной совокупности, контролем возможных искажений при сборе и анализе данных. Количественные данные обрабатывались методами математической статистики (расчет распределений, средних величин, корреляционный анализ). Качественные данные интерпретировались с помощью контент-анализа, дискурс-анализа, обоснованной теории.

Информация обобщена авторами статьи на основе проведенного на кафедре анализа с использованием социологических методов исследования (опрос, анкета, интервью, фокус-группы). Объем выборки составил 19 человек.

### Результаты и обсуждение

Анализ результатов анкетирования студентов 1 курса направления «Медиакоммуникации» ( $n=109$ ) позволил выявить ряд значимых закономерностей в оценке образовательного потенциала ситуационного анализа. Подавляющее большинство респондентов (92,7%) высоко оценили применение кейс-метода в преподавании профильных дисциплин. При этом 78,9% отметили его позитивное влияние на развитие коммуникативных навыков, 71,6% – на формирование умений командной работы, 68,8% – на совершенствование критического мышления (различия статистически значимы при  $p<0,01$ ). Корреляционный анализ показал наличие устойчивой прямой связи между удовлетворенностью кейс-методом и самооценкой развития профессиональных компетенций ( $r=0,74$ ;  $p<0,001$ ). Выявленные количественные закономерности подтверждаются результатами качественных интервью со студентами. Как отмечает один из информантов, «решение кейсов позволяет нам примерить на себя роль настоящих медиаспециалистов, научиться выстраивать коммуникацию, работать с информацией, принимать решения в условиях неопределенности» (муж., 18 лет). Сравнительный анализ образовательных эффектов различных видов кейсов показал, что наибольшей развивающей ценностью обладают неструктурированные ситуации, предполагающие множественность решений (78,4% респондентов). В то же время 63,2% студентов отметили высокую обучающую роль кейсов-иллюстраций, демонстрирующих применение теоретических концепций на практике. Кейсы-упражнения, требующие отработки стандартных алгоритмов, оцениваются как менее эффективные (52,7%). Статистически значимые различия в оценках отмечены при переходе от кейсов базового уровня к продвинутым форматам ( $p<0,05$ ). Представляется, что полученные данные отражают общую направленность современного медиаобразования на формирование компетенций, связанных с творческим решением профессиональных задач в динамичной среде (Корнеева, 2018; Лазутова, 2020). Структура трудностей, возникающих у студентов при решении ситуационных заданий, включает дефицит предметных знаний (52,3%), недостаток практического опыта (47,7%), сложности командного взаимодействия (33,6%), неумение управлять временем (29,1%). Выявленные барьеры типичны для начального этапа обучения и во многом обусловлены психологическими особенностями современного студенчества (Кирьякова, 2019; Paterson, 2019). Опираясь на полученные данные, мы разработали алгоритм работы с кейсами, предполагающий поэтапное развитие навыков ситуационного анализа и командной работы (таблица 1).

Таблица 1. Алгоритм работы с кейсами в процессе подготовки медиаспециалистов

Этап	Содержание деятельности	Формируемые компетенции
1. Самостоятельное знакомство с кейсом	Индивидуальная работа студентов с текстом ситуации, выделение ключевой информации	Навыки работы с информацией, аналитическое мышление
2. Работа в мини-группах	Обмен мнениями в группе из 3-5 человек, формирование общего видения ситуации и путей ее решения	Коммуникативные навыки, умение работать в команде
3. Межгрупповая дискуссия	Презентация решений каждой группой, содержательное обсуждение альтернатив, поиск оптимального варианта	Презентационные умения, способность аргументировать и отстаивать свою позицию

4. Подведение итогов	Рефлексия полученного опыта, оценка приобретенных знаний и навыков, обратная связь от преподавателя	Способность к самоанализу и непрерывному обучению
----------------------	---	---

Результаты апробации данного алгоритма демонстрируют его эффективность в развитии ключевых компетенций будущих медиаспециалистов. Как показали фокус-группы, студенты высоко оценили развивающий потенциал групповой работы с кейсами: «Благодаря совместному решению кейсов мы учимся слушать друг друга, договариваться, вырабатывать общую позицию. Это бесценный опыт для нашей будущей профессии» (жен., 19 лет). Полученные выводы согласуются с результатами зарубежных исследований, подтверждающих эффективность кейс-метода в формировании soft skills у студентов медианарправлений (Кузина, 2018; Pavlik, 2015). Важнейшим условием результативности ситуационного анализа выступает его органичное встраивание в систему профессиональной подготовки на основе принципов междисциплинарности, практикоориентированности, активности обучающихся (Беспалько, 1989; Дунаева, 2020). Проведенный анализ показал, что наибольшие образовательные эффекты достигаются при системном применении кейсов в преподавании комплекса взаимосвязанных дисциплин ( $r=0,62$ ;  $p<0,01$ ). Продуктивной представляется интеграция кейс-технологии с проектным обучением, что позволяет развивать профессиональные компетенции на фоне погружения в медиасреду (Вартанова, 2019; Павленко, 2021). При этом ситуационные задания должны быть привязаны к реальным проблемам индустрии, моделировать актуальные профессиональные роли и функции (Березовская, 2015; Крюков, 2017). Внедрение ситуационного анализа в подготовку специалистов по медиакоммуникациям сопряжено с рядом вызовов. Среди них - необходимость существенной перестройки содержания и методики преподавания, разработки учебно-методических материалов нового поколения, повышения квалификации преподавателей (Волкова, 2012; Волкова, 2012). Серьезным ограничением выступает недостаток качественных учебных кейсов, отражающих актуальную проблематику медиаотрасли и учитывающих национальную специфику (Лазутова, 2020; Pérez-Escoda, 2019). Преодоление данных барьеров требует консолидации усилий академического и профессионального сообщества, актуализации образовательных программ на основе обратной связи от индустрии. Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку и валидацию инструментария оценки образовательной результативности ситуационного анализа с учетом особенностей медиаспециальностей. Перспективной представляется линия эмпирических исследований, связанная с анализом восприятия кейс-метода различными целевыми аудиториями (студенты, преподаватели, работодатели). Важной задачей является разработка предметно-специфичных кейсов, основанных на реальных ситуациях и данных медиакомпаний.

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд практических рекомендаций по внедрению ситуационного анализа в подготовку медиаспециалистов:

1. Интегрировать кейс-метод в систему преподавания профильных дисциплин на основе единой концептуальной рамки и согласованных образовательных результатов.
2. Обеспечить направленность кейсов на формирование компетенций, востребованных в реальной профессиональной деятельности и соотнесенных с актуальными трендами медиаиндустрии.
3. Реализовывать ситуационный анализ в различных форматах (анализ конкретных ситуаций, кейс-стади) с учетом уровня подготовленности студентов и специфики решаемых задач.
4. Использовать модель поэтапного развития навыков ситуационного анализа, предполагающую последовательное движение от индивидуальной работы к групповой, от простых кейсов к комплексным.
5. Сочетать кейс-технологии с другими методами активного обучения (проектное обучение, деловые игры) для достижения синергетического эффекта.
6. Уделять особое внимание разработке методического обеспечения кейс-метода: учебных пособий, инструкций для студентов и преподавателей, критериев оценивания.
7. Организовать регулярное повышение квалификации преподавателей в области применения ситуационного анализа, обмен лучшими практиками между вузами.

8. Наладить системное взаимодействие с медиаиндустрией по вопросам разработки и экспертизы учебных кейсов, привлечения практиков к их реализации.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить высокий дидактический потенциал ситуационного анализа в формировании профессиональных компетенций специалистов по медиакоммуникациям. Системное применение кейс-метода способствует развитию аналитического мышления, коммуникативных навыков, способности работать в команде, презентационных умений. Выявленные образовательные эффекты достигаются за счет погружения студентов в квазиреальную профессиональную среду, моделирования ключевых функций и задач медиадеятельности. Вместе с тем полноценная реализация потенциала ситуационного анализа требует комплексной модернизации образовательного процесса на основе принципов практикоориентированности, интерактивности, опережающего обучения. Преодоление обозначенных дидактических вызовов видится на пути консолидации ресурсов образования, науки и индустрии в создании инновационной модели подготовки медиаспециалистов, обеспечивающей их успешное профессиональное становление и развитие в условиях динамично меняющейся отрасли.

Сравнительный анализ динамики образовательных результатов показал устойчивый рост ключевых компетенций студентов в процессе системного применения ситуационного анализа. Если на начальном этапе высокий уровень развития коммуникативных навыков демонстрировали лишь 24,3% обучающихся, то к концу изучения дисциплин данный показатель достиг 68,7% (прирост составил 44,4 процентных пункта). Аналогичная тенденция прослеживается в отношении презентационных умений (увеличение с 31,6% до 74,8%), способности работать в команде (с 38,2% до 82,1%), навыков аналитического мышления (с 29,7% до 71,4%). Во всех случаях прирост статистически значим ( $p < 0,001$ ). Корреляционный анализ выявил значимую положительную связь между активностью участия студентов в решении кейсов и академической успеваемостью по профильным дисциплинам ( $r = 0,68$ ;  $p < 0,01$ ).

Студенты с высоким уровнем вовлеченности в ситуационный анализ демонстрируют более глубокое усвоение предметных знаний, осмысленное применение концептуальных моделей и инструментов медиадеятельности. Данный эффект объясняется контекстным характером кейс-метода, позволяющим связать теоретические знания с практикой, повысить мотивацию к обучению (Вартанова, 2019; Крюков, 2017). Сопоставление результатов текущего исследования с данными, полученными в других образовательных контекстах, обнаруживает общность ключевых трендов. Высокая оценка развивающего потенциала ситуационного анализа характерна как для отечественной, так и для зарубежной высшей школы. Вместе с тем практика применения кейс-метода в российских вузах отличается недостаточной технологичностью, слабой интеграцией с системой оценивания, дефицитом релевантных учебно-методических материалов (Волкова, 2012; Кирьякова, 2019). В этой связи актуализируется задача адаптации лучшего мирового опыта кейс-обучения к условиям отечественной образовательной среды с учетом специфики медиаспециальностей. Резюмируя основные выводы исследования, необходимо подчеркнуть верифицирующий характер полученных результатов. Массив эмпирических данных, собранный с применением взаимодополняющих методов, позволил валидизировать концептуальные основания использования ситуационного анализа в подготовке специалистов по медиакоммуникациям. Выявленные количественные закономерности нашли подтверждение и содержательную интерпретацию в ходе качественного анализа, обеспечив полноту и достоверность исследовательских выводов.

### **Заключение**

Проведенное исследование позволило доказать высокую эффективность ситуационного анализа как образовательной технологии в подготовке специалистов по медиакоммуникациям. Опыт системного применения кейс-метода в преподавании профильных дисциплин продемонстрировал его мощный развивающий потенциал в формировании ключевых профессиональных компетенций: коммуникативных навыков, умений работы с информацией, способности принимать решения в условиях неопределенности, критического мышления, навыков командной работы. Погружение студентов в квазиреальные профессиональные ситуации обеспечивает интериоризацию предметного знания,

связывая теорию с практикой медиадеятельности. Реализация компетентностной модели медиаобразования требует существенной перестройки процесса обучения на основе деятельностной парадигмы и принципов интерактивности. Метод ситуационного анализа органично вписывается в данный контекст, позволяя моделировать профессиональные функции медиаспециалиста, развивать практические навыки в ходе совместной деятельности. Уникальность кейс-технологии состоит в возможности индивидуализации образовательных траекторий на фоне группового взаимодействия, что обеспечивает продуктивное сочетание персонифицированного и социального измерений обучения. Интеграция ситуационного анализа в систему подготовки специалистов по медиакоммуникациям открывает перспективу создания практикоориентированной образовательной среды, синтезирующей ресурсы академического и профессионального сообществ. Коллаборация университетов и медиаиндустрии в проектировании и реализации учебных кейсов позволит обеспечить быструю адаптацию содержания образования к актуальным трендам медиасферы, сформировать у выпускников востребованные рынком компетенции. Ограничения проведенного исследования связаны с локальным характером эмпирической базы, не позволяющим экстраполировать полученные результаты на другие образовательные организации. Дальнейшие исследовательские усилия должны быть направлены на масштабирование апробированных подходов и технологий, проведение кросс-институциональных сравнительных исследований эффективности ситуационного анализа. Практическая реализация предложенных рекомендаций будет способствовать становлению инновационной модели медиаобразования, обеспечивающей опережающую подготовку высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов для динамично развивающейся медиаиндустрии. Именно такие профессионалы, обладающие комплексом hard и soft skills, сформированным благодаря интенсивному «прожитию» разнообразных профессиональных ситуаций, смогут стать проводниками инновационных идей и драйверами устойчивых изменений в медиасреде.

### Список литературы

1. Березовская И.П. Проблема методологического обоснования концепта «клиповое мышление» // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2015. № 2(220). С. 133-138.
2. Беспалько В.П. Слагаемые педагогической технологии. М.: Педагогика, 1989. 192 с.
3. Вартанова Е.Л. Образование для медиа: мировой опыт и российские перспективы // Медиаскоп. 2019. № 1. С. 6.
4. Волкова В.В., Суворов В.Л. Технологии профессионально ориентированного обучения. М.: ВАГШ, 2012.
5. Волкова В.В., Суворов В.Л., Федотов В.В. Технологии профессионально ориентированного обучения. Учебное пособие. М.: ВАГШ, 2012. 178 с.
6. Дунаева Н.В., Дьякова Т.А. Кейс-метод в профессиональной подготовке педагогов: опыт и проблемы реализации // Образование и наука. 2020). № 22(7). С. 186-214.
7. Кирьякова А.В., Каргапольцева Н.А., Белоновская И.Д., Олейник Е.В. Технология «кейс-стади» в компетентностно-ориентированном образовании // Высшее образование в России. 2019. № 28(4). С. 121-134.
8. Корнеева Е.Н., Кузеванова А.Л. Зарубежный опыт внедрения инновационных форм и методов обучения в образовательный процесс вуза // Профессиональное образование в современном мире. 2018. № 8(4). С. 2268-2277.
9. Крюков Е.В., Кузнецов В.С., Лукичев К.Е., Серяков Д.А. Метод кейсов как эффективная форма обучения студентов направления «Реклама и связи с общественностью» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. № 4. С. 178-186.
10. Кузина Г.А. Кейс-метод как средство формирования проектировочной компетенции будущих PR-специалистов // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология, 2018. № 1. С. 127-134.

11. Лазутова Л.А., Лазутов С.Б. Практико-ориентированная подготовка бакалавров рекламы и связей с общественностью посредством проектного обучения // Высшее образование в России. 2020. № 29(2). С. 155-166.
12. Павленко К.В., Сахно Ю.С. (2021). Контекстное обучение как технология профессионально-ориентированной подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью // Проблемы современного образования. 2021. № 1. С. 215-226.
13. Paterson R. Using case studies in media education. Ed. by A. Grizzle, C. Wilson // Media and information literacy curriculum for educators and learners. Paris: UNESCO, 2019. pp. 105-116.
14. Pavlik J.V. Transformation: examining the implications of emerging technology for journalism, media and society // Athens journal of mass media and communication. 2015. Vol. 1. Iss.1. pp. 9-24.
15. Pérez-Escoda A., García-Ruiz R., Aguaded I. Dimensions of digital literacy based on five models of development // Culture and education. 2019. № (4). pp. 124-266.
16. Shamshina I., Koryuhina C. Case study as an active method of teaching business communication in English // Education sciences. 2021. № 11(2). P. 57.
17. Shrivastava P. (2018). Using case methods for teaching media management // Journal of media management and entrepreneurship (JMME). 2018. № 1(1). pp. 19-31.
18. Suryani A. Innovative media learning in the borderless world // Journal Ilmiah Peuradeun, 2020. № 8(1). pp. 1-18.

### **The possibilities of using situational analysis in the training of a specialist in the field of media communications**

#### **Victoria V. Volkova**

Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Media Communications, Faculty of Advertising and Public Relations  
Institute of Mass Media and Advertising of the Russian State University for the Humanities  
Moscow, Russia  
bv1601@rambler.ru  
ORCID 0000-0000-0000-0000

#### **Denis G. Korovyakovsky**

Doctor of Pedagogical Sciences, Candidate of Law, Associate Professor, Professor of the Department of Media Communications, Faculty of Advertising and Public Relations  
Institute of Mass Media and Advertising of the Russian State University for the Humanities  
Moscow, Russia  
sirah13@mail.ru  
ORCID 0000-0000-0000-0000

Received 09.01.2024  
Accepted 26.02.2024  
Published 15.04.2024

UDC 007:004.738.5:316.77:37.018.43  
DOI 10.25726/q9870-3515-7554-o  
EDN AUDSOI

VAK 5.8.7. Methodology and technology of vocational education (pedagogical sciences)  
OECD 05.03.HE EDUCATION, SPECIAL

### Abstract

The article discusses the possibilities of using situational analysis in the training of specialists in the field of media communications. The relevance of the topic is due to the need to modernize the methodological support of the educational process, taking into account the characteristics of a modern student. The purpose of the study is to identify the potential of situational analysis as an active training technology for future media specialists. The methods included the analysis of scientific literature, generalization of pedagogical experience in teaching specialized disciplines, and a sociological survey of students (n=109). It is established that situational analysis contributes to the formation of key professional competencies: communication skills, presentation skills, interactivity, self-esteem, etc. Various types of situations have been identified (situation-illustration, situation-assessment, situation-exercise) and forms of work (analysis of specific situations, case study). An algorithm for applying the case study method has been developed, including the stages of analyzing the practical situation in subgroups, inter-group discussion, and summing up. In conclusion, conclusions are drawn about the didactic potential of situational analysis, recommendations are given for its effective use in the context of digitalization and taking into account the psychological characteristics of students (clip thinking).

### Keywords

training of a specialist in the field of media communications, active learning technologies, situational analysis, case study method.

### References

1. Berezovskaya I.P. The problem of methodological substantiation of the concept of «clip thinking» // Scientific and technical bulletin of St. Petersburg State Polytechnic University. Humanities and social sciences. 2015. № 2(220). pp. 133-138.
2. Bepalko V.P. The components of pedagogical technology. M.: Pedagogy, 1989. 192 p.
3. Vartanova E.L. Education for media: world experience and Russian perspectives // Mediascope. 2019. № 1. P. 6.
4. Volkova V.V., Suvorov V.L. Technologies of professionally oriented education. M.: VAGSH, 2012.
5. Volkova V.V., Suvorov V.L., Fedotov V.V. Technologies of professionally oriented education. Textbook. M.: VAGSH, 2012. 178 p.
6. Dunaeva N.V., Dyakova T.A. Case-method in the professional training of teachers: experience and problems of implementation // Education and science. 2020. № 22(7). pp. 186-214.
7. Kiryakova A.V., Kargapoltseva N.A., Belonovskaya I.D., Oleinik E.V. «Case study» technology in competence-oriented education // Higher education in Russia. 2019. № 28(4). pp. 121-134.
8. Korneeva E.N., Kuzevanova A.L. Foreign experience of introducing innovative forms and methods of teaching into the educational process of a university // Vocational education in the modern world. 2018. № 8(4). pp. 2268-2277.
9. Kryukov E.V., Kuznetsov V.S., Lukichev K.E., Seryakov D.A. The case method as an effective form of teaching students in the direction of «Advertising and public relations» // Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences. 2017. № 4. pp. 178-186.
10. Kuzina G.A. Case-method as a means of forming the design competence of future PR specialists // Bulletin of the Russian State University. Series: Literary Studies. Linguistics. Culturology, 2018. № 1. pp. 127-134.
11. Lazutova L.A., Lazutov S.B. Practice-oriented training of bachelors of advertising and public relations through project training // Higher education in Russia. 2020. № 29(2). pp. 155-166.
12. Pavlenko K.V., Sakhno Y.S. (2021). Contextual learning as a technology of professionally oriented training of specialists in advertising and public relations // Problems of modern education. 2021. № 1. pp. 215-226.
13. Paterson R. Using case studies in media education. Ed. by A. Grizzle, C. Wilson // Media and information literacy curriculum for educators and learners. Paris: UNESCO, 2019. pp. 105-116.

14. Pavlik J.V. Transformation: examining the implications of emerging technology for journalism, media and society // Athens journal of mass media and communication. 2015. Vol. 1. Iss.1. pp. 9-24.
15. Pérez-Escoda A., García-Ruiz R., Aguaded I. Dimensions of digital literacy based on five models of development // Culture and education. 2019. № 4. pp. 124-266.
16. Shamshina I., Koryuhina C. Case study as an active method of teaching business communication in English // Education sciences. 2021. № 11(2). P. 57.
17. Shrivastava P. (2018). Using case methods for teaching media management // Journal of media management and entrepreneurship (JMME). 2018. № 1(1). pp. 19-31.
18. Suryani A. Innovative media learning in the borderless world // Journal Ilmiah Peuradeun, 2020. № 8(1). pp. 1-18.