

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным
инновациям



О.И. Чуприс

2018 г.

Регистрационный № УД-5463/уч.

ВЫПУСК УЧЕБНОГО ПРОЕКТА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 07 Информатика и коммуникация

Учебная программа составлена на основе¹ образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е 23-258/уч. от 30.05.2014 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

К. А. Корявая, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации факультета журналистики Белорусского государственного университета;

Л. М. Яницкая, преподаватель кафедры технологий коммуникации факультета журналистики Белорусского государственного университета.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № ____ от _____);

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № ____ от _____)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – комплексное освоение студентами современных методов проектной работы, системного планирования и организации мероприятий.

Задачи учебной дисциплины:

1. изучить принципы и методы организации специальных событий и мероприятий;
2. закрепление на практике теоретических знаний по комплексному планированию и оценке событийной деятельности;
3. отработка практических навыков по налаживанию эффективной коммуникации с различными целевыми аудиториями;
4. формирование компетенций по комплексному сопровождению мероприятий;
5. обучение навыкам комплексной оценки эффективности мероприятия.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра).

Учебная дисциплина «Выпуск учебного проекта» относится к циклу специальных дисциплин (компонент учреждения образования)

Связи с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др. Учебная программа учебной дисциплины учитывает принцип профессиональной направленности, т. е. наряду с изучением общих приемов рассматриваются и специальные, непосредственно связанные с реалиями специальностей «Информация и коммуникация». Учебная дисциплина «Выпуск учебного проекта» основывается на учебных дисциплинах «Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», изучается параллельно с учебными дисциплинами «Комьюнити-менеджмент», «Отраслевой паблик рилейшнз» и служит базой для восприятия и усвоения учебной дисциплины «Теория коммуникации», а также дисциплин специализаций и курсов по выбору.

Учебная дисциплина носит прикладной характер и предполагает активное участие студентов в планировании, подготовке и реализации специальных событий и мероприятий, направленных на укрепление статуса профессии специалиста по коммуникации: «Академия коммуникации», Международный открытый студенческий коммуникационный форум «PR-цветка».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Выпуск учебного проекта» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

академические компетенции

Специалист должен:

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным вырабатывать новые идеи (обладать креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-8. Иметь развитые лингвистические навыки (устная и письменная коммуникация).

социально-личностные компетенции

Специалист должен:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

профессиональные компетенции

Специалист должен быть способен:

Информационно-аналитическая деятельность

ПК-1. Проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-2. Осуществлять мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях.

ПК-3. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-5. Готовить информационно-аналитические заключения, владеть методиками прогнозирования социально-коммуникативных процессов.

Научно-исследовательская деятельность

ПК-6. Осуществлять сбор и систематизацию научно-практической информации по теме исследования в области информации и коммуникации;

Организационно-управленческая деятельность

ПК-13. Взаимодействовать со специалистами, менеджерами и сотрудниками организации для получения специализированной информации о деятельности организации, ее продуктах и услугах с целью ее интерпретации для успешного восприятия целевыми аудиториями.

ПК-14. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей, разрабатывать и согласовывать представляемые материалы.

ПК-15. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками, в том числе партнерами и клиентами организации, органами государственного управления.

Коммуникационная деятельность

ПК-16. Планировать, разрабатывать и реализовывать коммуникационную политику организации.

ПК-17. Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций.

ПК-18. Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, пресс-центрами, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью.

ПК-19. Осуществлять гармоничную и эффективную коммуникацию организации (персоны) с их целевыми аудиториями.

ПК-20. Формировать положительный имидж и репутацию организации (персоны) у целевых аудиторий.

Экспертно-консультационная деятельность

ПК-21. Составлять и оформлять материалы для экспертных заключений и отчетов, готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы.

ПК-22. Оценивать результаты коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-23. Выявлять закономерности, прогнозировать тенденции в развитии коммуникационной деятельности организации.

ПК-25. Проводить мониторинг, диагностику и выработать рекомендации по оптимизации коммуникационной политики организации.

ПК-26. Проводить конфликтологическую экспертизу, предлагать пути и средства решения проблем в социально-коммуникативной сфере.

Инновационно-технологическая деятельность

ПК-27. Использовать современные информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, в том числе для оптимизации внутриорганизационного взаимодействия.

ПК-29. Пользоваться глобальными информационными ресурсами, применять инновационные формы социальной коммуникации с учетом возможностей использования интернета как универсальной коммуникационной среды.

ПК-30. Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий в организациях, содействовать повышению инновационного потенциала организаций.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- ключевые принципы планирования и реализации специальных событий и мероприятий;
- методику разработки концепций и программ мероприятий;
- основы логистики мероприятий, работы с внешними контрагентами, партнерами и участниками event-событий;
- инструментарий информационной поддержки event-событий.

уметь:

- генерировать идеи, разрабатывать концепции и программы мероприятий;
- презентовать концепции, готовить предложения, формировать визуализации проекта (пригласительные, тизеры, баннеры, декорации, подарки и пр.);
- организовывать и планировать работу проектной группы, моделировать мероприятия, предвидеть логистику через основные проектные документы;

- осуществлять комплексную информационную поддержку мероприятий;
- создавать постпроектную отчетность.

владеть:

- навыками планирования специальных событий и мероприятий;
- принципами анализа и подбора партнеров и подрядчиков, методиками составления брифы;
- техниками разработки сценариев мероприятий, планировать тайминг и логистику проекта.

Структура учебной дисциплины

Структура содержания учебной дисциплины включает такие дидактические единицы, как темы (разделы), в соответствии с которыми разрабатываются и реализуются соответствующие лекционные и семинарские занятия. Примерная тематика семинарских занятий приведена в информационно-методической части.

Дисциплина изучается в 5-6 семестрах. Всего на изучение учебной дисциплины «Выпуск учебного проекта» отведено 138 часов, в том числе 80 аудиторных часов, из них: лекции – 0 часов, лабораторные занятия – 76 часов, практические занятия – 0 часов, управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 зачетных единицы.
Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ

Тема 1.1 Принципы организации специальных событий и мероприятий. Проекты кафедры технологий коммуникации

Понятие «специально организованное мероприятие»: аудитория, с какой целью организуется, задачи, виды и форматы мероприятия, оценка успешности мероприятия. Продвижение и информационная поддержка мероприятия. Способы привлечения внимания к мероприятию. Знакомство с проектами «Академия коммуникации», Международный студенческий коммуникационный форум «PR-цветок».

Тема 1.2. Создание концепции мероприятия. Логистика мероприятия

Генерирование идей, брейнсторминг, определение темы, сюжета мероприятия. Составление плана работ на примерах реальных проектов. Формулирование целей и задач мероприятия для его участников. Время и темп исполнения. Планирование ресурсов и распределение задач. Планирование хода мероприятия и оперативного управления. Примеры составления проектных документов (чек-лист, сценарный план, детализированный план и др.). Постпроектная документация. Процедуры взаимодействия с внутренними и внешними «клиентами» мероприятия. Основные риски и ошибки мероприятий. Этика, юридические вопросы. Риски и способы их нейтрализации.

Тема 1.3. Формирование проектных команд

Проектная команда. Проблемы при организации мероприятий. Эффективный обмен информацией. Организация работы, мотивация участников. Формирование проектных команд, распределение ролей в командах.

Раздел 2. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА «АКАДЕМИЯ КОММУНИКАЦИИ»

Тема 2.1. Проведение «Академии коммуникации» на выбранную тему

Модерация встречи. Выступления с презентациями по основным составляющим рекламной коммуникации. Поиск и решение рекламных кейсов от белорусских компаний. Коммуникация с профессиональным сообществом: приглашение экспертов в области рекламной коммуникации в качестве спикеров. Координационная работа со слушателями. Административно-организационное сопровождение. Информационная поддержка.

Раздел 3. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА ОТКРЫТЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ ФОРУМ «PR-КВЕТКА»

Тема 3.1. Подготовка к форуму в проектных группах по направлениям

Составление креативной концепции, программы, сценария. Приглашение гостей. Информационная поддержка. Работа со СМИ. Интернет-поддержка. Организационно-административная поддержка. Неформальная программа мероприятия. Работа с партнерами. Систематизация подготовленных материалов по трем реализованным проектам. Подготовка пост-проектной документации. Анализ результатов реализованных проектов. Организация встречи со студентами младших курсов для передачи опыта.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР (внеаудит.)	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение в event-менеджмент							
1.1	Принципы организации рекламных и event-событий. Проекты кафедры технологий коммуникации				4			Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах, кейс-стади.
1.2	Создание концепции мероприятия. Логистика мероприятия.				8			Подготовка учебных проектов, групповое обсуждение, выступление с презентацией, кейс-стади
1.3	Формирование проектных команд				8			Групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
2	Реализация проекта «Академия коммуникации»							
2.1	Проведение «Академии коммуникации» на				24		2 (ДО)	Подготовка и защита презентации с размещением на форуме образовательного

	выбранную тему							портала
	<i>Всего за 5 семестр</i>				44		2	<i>Зачет</i>
3	Реализация проекта Международный открытый студенческий коммуникационный форум «PR-цветка»							
3.1	Подготовка в проектных группах по направлениям				32		2 (ДО)	Подготовка отчетной документации по итогам форума «PR-цветка» с размещением на форуме образовательного портала
	<i>Всего за 6 семестр</i>				32		2	<i>Зачет</i>
	ВСЕГО				76		4	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Балашов, А. И. Управление проектами: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под ред. Е. М. Роговой. – М. : Юрай, 2013. – 383 с.
2. Котлер, Ф. Келлер, Л. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
3. Манн, И. Б. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу / И.Б Манн. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 256 с.
4. Назайкин, А. Н. Как оценить эффективность рекламы. /А. Н. Назайкин. – Москва: Солон-Пресс, 2014. – 304 с.
5. Ромат, Е. В. Реклама. Краткий курс. 2-е изд. / Е. В. Ромат. – СПб: Питер, 2013. – 210 с.
6. Ромат, Е. В. Реклама: теория и практика / Е.В. Ромат, Д. Сендеров. – 8-е изд. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – 505 с.
7. Ферр, Н. Создавая инновации. Креативные методы от Netflix, Amazon и Google / Натан Ферр, Джефф Даер, Клайтон М. Кристенсен. – М.:Эксмо: Top Business Awards, 2017, – 304.

Перечень дополнительной литературы

8. Бочкарев, А. 7 нот менеджмента. Настольная книга руководителя /А. Бочкарев, В. Кондратьев, В. Краснова, А. Матвеева. – М., 2008.
9. Васильев, Г. А. Основы рекламной деятельности: учеб.пособие для вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 414 с.
10. Демарко, Т. Deadline. Роман об управлении проектами / Том Демарко ; пер. с англ. А. Максимовой. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 352 с.
11. Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и public relations: 215 примеров, 130 учебных задач и 18 Практических приложений. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2001. – 255 с.
12. Голубкова, Е. И. Маркетинговые коммуникации / Е. И. Голубкова. – М.: Финпресс, 2000. – 256 с.
13. Закон Республики Беларусь «О рекламе» 10 мая 2007 г. №225-З // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10700225&p2={NRPA}>
14. Ильин, А. С. Реклама в коммуникационном процессе: курс лекций / А. С. Ильин. – Москва: Кнорус, 2009. – 141 с.
15. Крэйвен, Р. Организация деловых встреч и мероприятий / Р. Крейвен. – М., 2009.
16. Лемер, А. Искусство организации мероприятий. Стоит только начать! / А. Лемер. – М., 2010.
17. Назимко, А. Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей. / А. Назимко. – М., 2010.

18. Сидорская, И. В. Эффективная коммуникация со СМИ: принципы и технологии: пособие для студентов высш. учеб. заведений / И. В. Сидорская. – Минск, 2010.

19. Сидорская, И. В. «Школа PR»: от научения через диалог к совместному поиску истины: (опыт использования проектной деятельности и интерактивных технологий в образовании) / И. В. Сидорская // Высшэйшая школа. – 2010. – № 5. – С. 54-57.

20. Сондер, М. Ивент-менеджмент. Организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2009.

21. Хальцбаур, У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. – М., 2009.

22. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник для студ. вузов, обуч. по спец. «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков; Междунар. академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – Москва: Дашков и К, 2008. – 348 с.

23. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний / Ф. И. Шарков. – М., 2005.

24. Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., 2010.

25. Шпаковский, В. О., Чугунова, Н. М., Кирильчук, И. В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2008. – 128 с.

26. Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технология и практика eventmanagement/ А. Шуманович. – М., 2008.

27. Шумович, А. Смешать, но не взбалтывать: Рецепты организации мероприятий /А. Шумович, А. Берлов. – М., 2010.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

1. Опрос

Оценка за опрос на лабораторных занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 40 %.

2. Устная презентация креативной концепции проектов «Академия коммуникации» и форума «PR-цветок»

Оценка устной презентации включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории, креативность) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 25 %;
- применение визуальных средств – 25 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Выпуск учебного проекта» учебным планом предусмотрен зачет

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Тема 2.1. Проведение «Академии коммуникации» на выбранную тему (2 ч.)

Модерация встречи. Выступления с презентациями по основным составляющим коммуникации. Поиск и решение коммуникационных кейсов от белорусских компаний. Коммуникация с профессиональным сообществом: приглашение экспертов в области коммуникации в качестве спикеров. Координационная работа со слушателями. Административно-организационное сопровождение. Информационная поддержка.

(Форма контроля – Подготовка и защита презентации на выбранную тематику с размещением на форуме образовательного портала).

Примерный перечень тем для презентации:

1. Становление и развитие белорусского рынка коммуникационных услуг.
2. Тренды и перспективы развития белорусского рынка PR-услуг.
3. Тренды и перспективы развития белорусского рынка рекламных услуг.
4. Лучшие кейсы года белорусского коммуникационного рынка.
5. Образование в сфере коммуникации в Беларуси.
6. Подготовка эффективной презентации.
7. Подготовка успешного устного выступления.
8. Фандрайзинг. Привлечение спонсоров и партнеров для реализации проекта.
9. Портрет современного специалиста по коммуникации: компетенции, личностные качества, образование.
10. Отличия работы специалиста по коммуникации в агентстве и внутри компании.
11. Организация ивента: подготовка, правила проведения мероприятия, посткоммуникация.
12. Эффективное взаимодействие специалистов по коммуникации и журналистов.
13. Особенности КСО-коммуникации в Беларуси.
14. Опыт КСО-проектов белорусских компаний.
15. Особенности коммуникации компании в интернет-пространстве.
16. Социальные сети и мессенджеры: новые подходы в коммуникации с аудиторией.
17. Современные коммуникационные технологии в работе белорусских компаний.
18. Правовое и этическое регулирование коммуникационной деятельности в мире и Беларуси.

19. Профессиональное коммуникационное сообщество Беларуси: этапы формирования, цели и задачи его деятельности, реализуемые проекты, взаимодействие со СМИ и сферой образования.
20. Реализация коммуникационного проекта: разработка идеи, исследование, этапы.
21. Правила подготовки и написания PR-текста.
22. Правила подготовки и написания рекламного текста.
23. Блогинг и блогеры в реализации коммуникационного проекта.
24. Особенности взаимодействия специалиста по коммуникации с различными целевыми аудиториями.
25. Коммуникационный кризис и правила антикризисной коммуникации.

Методические рекомендации по подготовке презентации.

- 1) Выбранная тема должна быть трансформирована в соответствии с креативной концепцией проекта «Академия коммуникации».
- 2) Презентация должна включать не менее 15 слайдов.
- 3) Структура презентации: заглавный слайд с названием темы, именами авторов, вводная часть (обоснование актуальности темы, причин выбора темы в соответствии с профессиональным опытом авторов и интереса для аудитории, пояснение терминологии, которая будет использована со ссылками на авторитетные источники), основная часть (раскрытие выбранной темы, ключевые аргументы и контраргументы, позиция авторов, практические рекомендации для аудитории), заключительная часть (повторение ключевого сообщения, варианты интерактива с аудиторией), подборка кейсов / видеоматериалов / литературы по выбранной теме.
- 4) При подготовке презентации рекомендуется использовать наглядные примеры (кейсы), зарубежные и белорусские.
- 5) Презентация не должна содержать фактических, грамматических и стилистических ошибок, висячих строк, изображений, таблиц, графиков и других графических элементов, не выровненных под размеры слайда.
- 6) Визуальное оформление презентации должно быть выполнено в соответствии с креативной концепцией проекта «Академия коммуникации».

**Тема 3.1. Подготовка к форуму в проектных группах по направлениям
(2 ч.)**

Составление креативной концепции, программы, сценария. Приглашение гостей. Информационная поддержка. Работа со СМИ. Интернет-поддержка. Организационно-административная поддержка. Неформальная программа мероприятия. Работа с партнерами. Систематизация подготовленных материалов по трем реализованным проектам. Подготовка пост-проектной документации. Анализ результатов реализованных проектов. Организация встречи со студентами младших курсов для передачи опыта.

(Форма контроля – Подготовка отчетной документации по итогам форума «PR-цветка» с размещением на форуме образовательного портала).
Формы отчетной документации (в зависимости от выбранной студентом проектной группы во время подготовки к форуму):

- Мониторинг СМИ (таблица/презентация);
- Отчеты для организаций-партнеров (презентация);
- База партнеров мероприятия (таблица);
- База участников и конкурсантов (таблица);
- База СМИ (таблица);
- Макеты всех графических элементов, использованных на мероприятии (пригласительные, дипломы, благодарности, афиши и др.);
- PR-материалы (тексты, написанные студентами для продвижения мероприятия в СМИ и социальных сетях);
- База учреждений образования (таблица);
- Сценарии открытия и закрытия форума;
- Отчет от каждого студента (1-3 страницы) по выбранной зоне ответственности (сложности, с которыми пришлось столкнуться, пути решения поставленных задач и т.д.)

Примерная тематика лабораторных занятий

Раздел 1 Введение в event-менеджмент

Тема 1.1 Принципы организации мероприятий. Проекты кафедры технологий коммуникации

Лабораторная № 1 (4 ч.) Изучение основных принципов организации event-событий. Анализ проектов кафедры технологий коммуникации «Академия коммуникации» и «PR-цветка».

Тема 1.2 Создание концепции мероприятия. Логистика мероприятия

Лабораторная № 2 (4 ч.) Разработка креативной концепции мероприятий «Академия коммуникации» и «PR-цветка».

Лабораторная № 3 (4 ч.) Разработка логистики мероприятий «Академия коммуникации» и «PR-цветка».

Тема 1.3 Формирование проектных команд

Лабораторная № 4 (4 ч.) Формирование проектных групп. Проектные группы формируются по следующим направлениям:

- Подготовка открытия и закрытия мероприятия;
- Поиск спикеров и организация мастер-классов;
- Поиск экспертов и организация круглых столов/ток-шоу/воркшопов;
- Поиск партнеров мероприятия (спонсоров, пищевых, информационных);
- Подготовка PR-материалов;
- Поиск и организация работы волонтеров на мероприятии;
- Поиск и приглашение участников мероприятия;
- Кураторство рабочих секций на мероприятии;

- Продвижение мероприятия в СМИ и социальных медиа;
- Организация коммуникации с подразделениями университета, чья помощь необходима для проведения мероприятия;
- Разработка дизайна всех необходимых графических элементов и др.

Лабораторная № 5 (4 ч.) Составление плана работы каждой проектной группы.

Раздел 2 Реализация проекта «Академия коммуникации»

Лабораторные № 6-12 (24 ч.) Проведение восьми занятий «Академии коммуникации» по выбранным темам.

Раздел 3 Реализация Международного открытого студенческого коммуникационного форума «PR-цветок»

Лабораторные № 13-20 (32 ч.) Подготовка проектными командами мероприятия Международный открытый студенческий коммуникационный форум «PR-цветок» в соответствии с разработанным ранее планом.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используется **эвристический подход**, который предполагает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

При организации образовательного процесса используется **практико-ориентированный подход**, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

При организации образовательного процесса используется **метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод)**, который предполагает:

- приобретение студентом знаний и умений для решения практических задач;
- анализ ситуации, используя профессиональные знания, собственный опыт, дополнительную литературу и иные источники.

При организации образовательного процесса **используется метод проектного обучения**, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов в рамках изучения учебной дисциплины «Выпуск учебного проекта» включает:

- Изучение учебно-методических материалов, размещенных на образовательном портале;

- Изучение материалов из списка рекомендованной литературы, размещенных на образовательном портале;
- Анализ проектов «Академия коммуникации» и «PR-кветка» предыдущих лет (сайт мероприятия, материалы СМИ, группы и сообщества мероприятий в различных социальных сетях);
- Консультации с организаторами мероприятий предыдущих лет;
- Подготовка к опросу и устной презентации;
- Подготовка к зачетным заданиям.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие «специально организованное мероприятие».
2. Цели и задачи специально организованных мероприятий.
3. Виды и форматы специально организованных мероприятий.
4. Критерии выбора целевых аудиторий для специально организованного мероприятия.
5. Параметры оценки эффективности специально организованного мероприятия.
6. Продвижение и информационная поддержка мероприятия.
7. Способы привлечения внимания целевых аудиторий к мероприятию.
8. Проекты кафедры технологий коммуникации факультета журналистики БГУ.
9. Креативные методы разработки концепции мероприятия.
10. Составляющие плана мероприятия (на конкретном примере).
11. Пути формулирования целей и задач мероприятия для его участников.
12. Временная классификация мероприятий. Темп исполнения.
13. Особенности планирования ресурсов и распределение задач.
14. Оперативное управление мероприятием.
15. Структура и составляющие чек-листа мероприятия.
16. Структура и составляющие сценарного плана мероприятий.
17. Структура и составляющие детализированного плана мероприятия.
18. Виды и содержание постпроектной документации.
19. Процедуры взаимодействия с внутренними и внешними «клиентами» мероприятия.
20. Основные риски и ошибки мероприятий.
21. Этика и юридическая обеспеченность мероприятия.
22. Риски в проведении мероприятий и способы их нейтрализации.
23. Понятие и состав проектной команды (на конкретном примере).
24. Проблемы проектной команды при организации мероприятий.

25. Способы эффективного обмена информацией между организаторами в процессе подготовки мероприятия.
26. Мотивация участников проектной команды.
27. Принципы формирования проектных команд, распределение ролей в командах.
28. История проекта кафедры технологий коммуникации факультета журналистики БГУ «Академия коммуникации».
29. Функции и роль модератора на мероприятии.
30. Правила оформления презентаций к выступлению.
31. Фирменный стиль и оформление мероприятия.
32. Особенности коммуникация со спикерами и экспертами мероприятия.
33. Особенности коммуникации с целевой аудиторией мероприятия.
Координационная работа со слушателями.
34. Составляющие административно-организационного сопровождения мероприятия.
35. Обязательные составляющие информационной поддержки мероприятия.
36. История проекта кафедры технологий коммуникации факультета журналистики БГУ «Открытый международный студенческий коммуникационный форум «PR-цветок».
37. Особенности составления программы длительного мероприятия.
38. Форматы приглашения гостей/ слушателей/ целевой аудитории на мероприятие.
39. Работа со СМИ в рамках мероприятия.
40. Интернет-поддержка мероприятия.
41. Составляющие неформальной программы мероприятия.
42. Фандрайзинг. Методы поиска партнеров мероприятия.
43. Особенности работа с различными партнерами мероприятия:
генеральный, официальные, информационные, пищевые и др.
44. Подготовка пресс-материалов для сопровождения мероприятия.
45. Особенности подготовки и проведения студенческих мероприятий.
46. Формы деловой коммуникации в процессе подготовки мероприятия.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название Кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Комьюнити-менеджмент	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № от
Отраслевой паблик рилейшнз	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № от
Теория коммуникации	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № от
Теория и практика связей с общественностью	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № от
Теория и практика рекламы	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № от

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
