

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.А. Пуприс
«2» _____ 2019 г.

Регистрационный № УД- 6742 /уч.

ТЕХНОЛОГИИ ТРЕНДСЕТТИНГА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 81 08 Медиакоммуникации

2019 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 81 08 – 2018 и учебного плана (11.05.2018, № Е 23-317/уч.) Белорусского государственного университета по специальности II ступени высшего образования (магистратуры) 1-23 81 08 Медиакоммуникации

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.А. Науменко, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТ:

Р.Н. Костицын, старший партнер коммуникационного агентства «АРС Коммюникейшнз», председатель совета Ассоциации компаний коммуникационных консультантов

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ

(протокол № 14 от 07.06.2019);

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № 5 от 28.06.2019).

Заведующая кафедрой _____

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – формирование у студентов представления о трендах, методологии мониторинга и анализа трендов, формирование навыков установления и транслирования трендов, применения инновационных подходов к деятельности субъектов корпоративных стратегических медиакоммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

1. раскрыть подходы к определению понятий тренд, трендсеттинг, трендспоттинг;
2. изучить методологию мониторинга и анализа трендов;
3. проанализировать новые возможности исследования потребностей и трендов в цифровую эпоху;
4. отработать навыки работы с инструментами и этапами трендсеттинга;
5. ознакомиться с инструментами для трендвотчинга.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра). Учебная дисциплина относится к компоненту учреждения образования, профилю «Корпоративные стратегические коммуникации», модулю «Стратегические коммуникации в госуправлении».

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 теоретических вопросов рассматриваются и специальные, непосредственно связанные темой магистратуры «Медиакоммуникации». Учебная дисциплина «Технологии трендсеттинга» изучается параллельно с учебной дисциплиной «Технологии комьюнити-менеджмента» и служит базой для восприятия и усвоения учебных дисциплин «Стратегическое управление образовательным проектом» и «Коммуникационный консалтинг».

Учебная дисциплина носит прикладной характер и предполагает активное участие магистрантов в мониторинге и анализе трендов, в установлении трендов, как одних из ключевых аспектов современной культуры и медиасреды.

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Технологии трендсеттинга» должно обеспечить формирование следующих универсальных и специализированных компетенций

универсальные компетенции:

Магистрант должен:

УПК-8 Планировать и оценивать эффективность информационно-коммуникационной поддержки инновационных решений

специализированные компетенции:

Магистрант должен:

1СК-8 Применять инновационные подходы к деятельности субъектов корпоративных стратегических медиакоммуникаций.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать: виды и особенности трендов и трендспоттинга, основы трендологии и прогностики, базовые аспекты теории инноваций;

уметь: применять методологию мониторинга и анализа трендов, создавать тренд-карты и тренд-буки, применять основы трендсеттинга в сфере корпоративных стратегических коммуникаций;

владеть: методами исследования потребительских инсайтов и способами применения этих знаний в бизнес-планировании и создании маркетинговой стратегии.

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.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	2
Семестр	3
Всего часов по дисциплине	108
Всего аудиторных часов по дисциплине	36
Лекции (аудит./ДО)	14 (12+2)
Семинарские занятия (аудит./ДО)	18 (12+6)
УСР (внеаудит./ДО)	4
Трудоемкость учебной дисциплины	3 з.е.
Форма итоговой аттестации	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Тренд: основные понятия, классификация, место в науке

Понятие тренда в современных социо-гуманитарных науках. Прогностика и футурология. Диффузия инноваций и кривая Гаусса. Новаторы, трендсеттеры и трендспоттеры. Макро-тренд, гигатренд и микро-тренд. Классификация трендов. Индустриальные тренды. Социальные тренды. Потребительские тренды. Динамика тренда. Тренд и мода: сходства и различия. Эффекты столкновения трендов. Профессии будущего.

Тема 2. Методология мониторинга и анализа трендов

Мониторинг трендов: трендвотчинг и трендспоттинг. Методы наблюдения за трендами. Инструменты для мониторинга трендов. Образовательные и просветительские проекты для трендвотчинга. Тренд-маппинг: создание тренд карт. Тренд-буки: создание и использование.

Тема 3. Трендспоттинг в бизнес-планировании и маркетинговых коммуникациях

Трендспоттинг в бизнесе: мышление, бизнес в контексте трендов. Инновации в бизнесе. Программы инновационного развития в Беларуси.

Трендспоттинг в маркетинге. Потребности пользователя. Поиск реальных потребностей, исследования, глубинные интервью, наблюдения, карты. Инсайты. Переход инсайтов в тренды, переход трендов в инновации.

Тема 4. Технологии установления трендов

Принципы управления трендами. Трендсеттинг как наука и как искусство. Этапы трендсеттинга. Медиа как трендсеттер. Теория agenda-setting и конструкционистский подход. Персоны-трендсеттеры. Мировые и белорусские трендсеттеры: компании и бренды.

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	Форма контроля знаний
		Лекции	Практич. занятия	Семинар. занятия	Аудиторная УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тренд: основные понятия, классификация, место в науке	4		4			
	Понятие тренда в современных социогуманитарных науках. Диффузия инноваций и кривая Гаусса. Новаторы, трендсеттеры и трендспоттеры.	2		2			Обсуждение, работа в малых группах, кейс-стади.
	Макро-тренд, гигатренд и микро-тренд. Классификация трендов. Динамика тренда. Профессии будущего.	2 (ДО)		2			Тренинг, эвристическое задание.
2	Методология мониторинга и анализа трендов	2		6		2	
	Мониторинг трендов: трендвотчинг и трендспоттинг. Методы наблюдения за трендами и инструменты для мониторинга трендов.			4			Обсуждение, групповая дискуссия, кейс-стади.
	Тренд-маппинг: создание тренд карт. Тренд-буки.	2		2 (ДО)		2	Работа в малых группах, кейс-стади. Составление тренд-карт (форма контроля – тренд-карта на форуме образовательного портала).
3	Трендспоттинг в бизнес-планировании и	4		4			

	маркетинговых коммуникациях					
	Трендспоттинг в бизнесе: мышление, бизнес в контексте трендов. Инновации в бизнесе.	2		2		Обсуждение, групповая дискуссия, кейс-стади.
	Трендспоттинг в маркетинге. Переход инсайтов в тренды, переход трендов в инновации.	2		2 (ДО)		Конспект по теме: «Трендспоттинг в бизнесе и маркетинге». (Форма контроля – конспект и глоссарий на форуме образовательного портала).
4	Технологии установления трендов	4		4	2	
	Принципы управления трендами. Этапы трендсеттинга.	2		2	2 (ДО)	Работа в малых группах, кейс-стади. Открытое эвристическое задание.
	Медиа как трендсеттер. Мировые и белорусские трендсеттеры: компании и бренды.	2		2 (ДО)		Работа в малых группах, кейс-стади. Открытое эвристическое задание. (Форма контроля – письменная работа). Видеоконференция.
	Всего	14		18	4	экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Бокарева, В.Б. Трендология: трендвотчинг для бизнеса. – 2018. – 42 с.
2. Браун, Ти. Дизайн-мышление в бизнесе: от разработки продуктов до проектирования бизнес-моделей: пер. с англ. В. Хозинского. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 256 с.
3. Бхаргава, Рохит. Не очевидно. Как выявлять тренды раньше других: пер. с англ. О. Медведь. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.
4. Петров, Е. Генерация прорывных идей в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 368 с.
5. Сазерленд, Джефф. Scrum. Революционный метод управления проектами: пер. с англ. М. Гескиной. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с.
6. 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 с.

Перечень дополнительной литературы

7. Digital-тренды 2019 года и их влияние на изменение поведения потребителей [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/rookee/blog/431390/> (дата обращения: 24.05.2019)
8. What's Next [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://nowandnext.com/> (дата обращения: 24.05.2019)
9. Все, что вы хотели знать о трендспоттинге, но боялись спросить [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zillion.net/ru/blog/235/vsie-chto-vy-khotieli-znat-o-trendspottinghie-no-boialis-sprosit>
10. Инновационная деятельность. Основные термины [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.sci-innov.ru/law/base_terms/#02/ (дата обращения: 24.05.2019)
11. Пуля, В., Корнев, М. Десять трендов новых медиа / В. Пуля, М. Корнев // Журналист (Россия). – 2016. – № 1. – С. 58–61.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Открытые эвристические задания креативного типа (эссе)

Итоговая оценка эссе формируется на основе следующих критериев:

- оригинальность (новизна) постановки проблемы и способа ее интерпретации / решения – 30 %;
- самостоятельность и аргументированность суждений – 55 %;
- грамотность и стиль изложения – 15 %.

Открытое эвристическое задание когнитивного типа (аналитический отчет, рецензия, схема)

Оценка аналитического отчета, рецензии:

- самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта – 60 %;
- исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей – 15 %;
- личностная значимость достигнутых результатов – 25 %.

Открытое эвристическое задание организационно-деятельностного типа (тематическое портфолио – тренд-карта, тренд-бук)

При оценке тренд-карты необходимо обращать внимание на:

- обоснованность и логичность включения работ – 30%;
- свидетельства качества работ магистранта (отзывы, рецензии, оценки т.д.) – 25 %;
- систематичность работы с тренд-картой – 15 %;
- наличие самооценки магистрантом собственных работ (рефлексивные замечания, реплики, комментарии, проекты изменений) – 30 %.

Решение задач, проведение расчетов, выполнение упражнений (тест)

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

Формой текущей аттестации по дисциплине «Технологии трендсеттинга» учебным планом предусмотрен экзамен.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на семинарах, участие в дискуссии, решение ситуационных задач – 15 %;
- написание эссе – 20 %;
- подготовка тренд-карты – 25 %;
- подготовка рецензии – 15 %.
- письменные работы – 25%

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых

коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 40 %, экзаменационная оценка – 60 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы магистрантов

Тема 2. Методология мониторинга и анализа трендов

Внеаудиторная УСП (2 ч.): Открытое эвристическое задание: создать тренд-карту или тренд-бук для собственного проекта или сферы деятельности.

Тема 4. Технологии установления трендов

Дистанционная УСП (2 ч.): Открытое эвристическое задание – создание сценария будущего на примере сферы коммуникаций в Беларуси. (Форма контроля – материалы медиадосье на форуме образовательного портала).

Примерная тематика семинарских занятий

Тема 1. Тренд: основные понятия, классификация, место в науке

Семинарское занятие № 1.

Обсуждение современных трендов в культуре и социуме, групповая дискуссия гига-трендах, мега-трендах, микро-трендах. Кейс-стади.

Семинарское занятие № 2.

Обсуждение теории диффузии инноваций. Выбор темы для эссе как самостоятельного аргументированного рассуждения по проблеме. Кейс-стади.

Тема 2. Методология мониторинга и анализа трендов

Семинарское занятие № 3.

Методы наблюдения за трендами, инструменты для анализа. Создание базы инструментов Trend Toolbox.

Семинарское занятие № 4.

Тренинг по трендвотчингу в формате «мирового кафе».

Семинарское занятие № 5 (дистанционное занятие 2 ч).

Создание рецензий на книги «Не очевидно» Р. Бхаргавы и Н. Ферра «Создавая инновации. Креативные методы от Netflix, Amazon и Google».

Тема 3. Трендспоттинг в бизнес-планировании и маркетинговых коммуникациях

Семинарское занятие № 6.

Анализ белорусских стартапов и акселераторов бизнеса. Работа в малых группах – тренинг по дизайн-мышлению. Анализ трендов в маркетинге в Беларуси – работа в малых группах, дискуссия.

Семинарское занятие № 7 (дистанционное занятие 2 ч).

Создание карты потребительских инсайтов и потребительских трендов. Конспект по теме: «Трендспоттинг в бизнесе и маркетинге». (Форма контроля – конспект и карта инсайтов на форуме образовательного портала).

Тема 4. Технологии установления трендов

Семинарское занятие № 8.

Анализ «повесток дня» в белорусских и мировых медиа. Создание карты медиатрендов.

Семинарское занятие № 9 (дистанционное занятие 2 ч).

Трендсеттеры. Создание досье трендсеттера: биография, «месседжи», ключевые тренды в формате видеоконференции (Форма контроля – письменное задание в виде досье на трендсеттера).

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

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

- осуществление магистрантами 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.

Метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод), который предполагает:

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

Метод портфолио (тренд-карты), который является эффективным средством реализации индивидуальной образовательной программы обучающихся. Все результаты и достижения группируются на основе основных видов деятельности магистрантов: учебной, научно-исследовательской и иной.

Метод учебной дискуссии, который предполагает участие магистрантов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

Методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимании информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Текущая самостоятельная работа магистрантов (СРМ) направлена на углубление и закрепление знаний магистранта, развитие практических умений.

Самостоятельная работа разделена на три уровня: уровень узнавания; уровень воспроизведения и уровень применения полученных знаний.

Задания первого уровня – анализ теоретического материала. Выполнение тестового задания через учебный портал.

Задания второго уровня – применяются проблемные задачи, нетиповые и научно-исследовательские.

Задания третьего уровня направлены на применение полученных знаний при решении практических задач.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Понятие тренда в современных социо-гуманитарных науках. Прогностика и футурология.

2. Диффузия инноваций и кривая Гаусса.

3. Новаторы, трендсеттеры и трендспоттеры.

4. Классификация трендов. Макро-тренд, гигатренд и микро-тренд.

5. Индустриальные тренды. Социальные тренды. Потребительские тренды.

6. Динамика тренда. Эффекты столкновения трендов. Профессии будущего.

7. Тренд и мода: сходства и различия.

8. Мониторинг трендов: трендвотчинг и трендспоттинг.

9. Методы наблюдения за трендами. Инструменты для мониторинга трендов.

10. Образовательные и просветительские проекты для трендвотчинга.

11. Тренд-маппинг: создание тренд карт. Тренд-буки: создание и использование.

12. Трендспоттинг в бизнесе: мышление, бизнес в контексте трендов. Инновации в бизнесе. Программы инновационного развития в Беларуси.

13. Трендспоттинг в маркетинге. Переход инсайтов в тренды, переход трендов в инновации.

14. Потребности пользователя. Поиск реальных потребностей, исследования, глубинные интервью, наблюдения, карты. Инсайты.

15. Принципы управления трендами. Трендсеттинг как наука и как искусство.

16. Этапы и технологии трендсеттинга.

17. Медиа как трендсеттер. Теория agenda-setting и конструкционистский подход.

18. Персоны-трендсеттеры. Мировые и белорусские трендсеттеры: компании и бренды.

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)
Коммуникационный консалтинг	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № 14 от 07.06.2019
Стратегическое управление образовательным проектом	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Замечаний нет. Прот. № 14 от 07.06.2019