



РАЗРАБОТКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ (/OPINIONS-TECHNOLOGIES)

Шибут И. П. Республика Беларусь глазами студентов: что нужно посетить в моей стране

Опубликовано 18 мая 2020 в 12:00

Шибут Ирина Петровна, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ, г. Минск

Учебная дисциплина, курс: «Информационный менеджмент в веб-пространстве», 3 курс, специальность «Информация и коммуникация».

Тема занятия: «Организация информации в Интернете. Создание локального веб-сайта».

Количество часов на реализацию методической разработки: 6 часов лабораторных занятий / 4 часа управляемой самостоятельной работы.

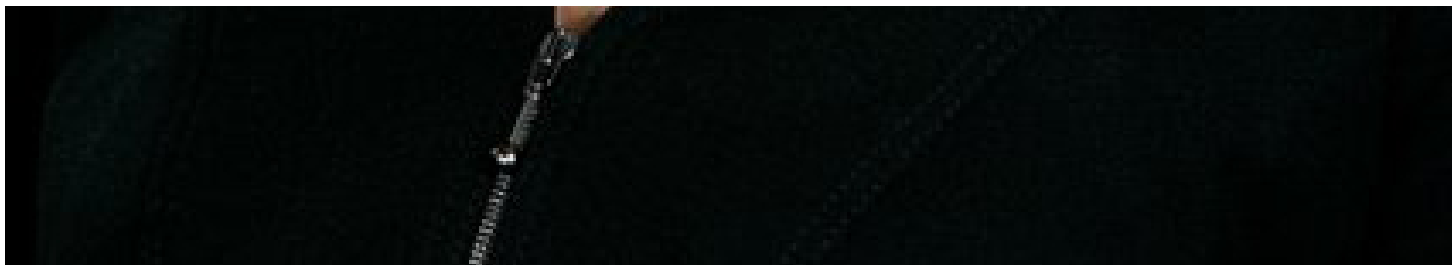
Развитие мультимедийных технологий сегодня способствует появлению разнообразных каналов воздействия медиа на адресата: в виде текста, гипертекста, картинки и т. д. в различных сочетаниях. Речь идет о рождении качественно нового вида коммуникации. С точки зрения автора разработки, коммуникативная компетентность современного специалиста заключается не только в умении создавать электронные мультимедиа-страницы, но и в умении определять свою целевую аудиторию, организовывать среду для интерактивного персонального общения с ее представителями, продумывать, планировать и испытывать свои творения. Когда речь идет о разработке веб-ресурса, решение о том, как будет структурировано содержимое сайта, какой стиль выбрать для оформления и текстового изложения публикуемых материалов, может оказаться креативной и одновременно с этим весьма сложной задачей.

Для развития творческих умений студентов 3 курса факультета журналистики специальности «Информация и коммуникация» автором были использованы задания проектного типа и дистанционные образовательные технологии. Кроме самого задания студенты получили инструкцию по выполнению задания, содержащую также критерии оценивания. Обязательными условиями выполнения всех заданий были: самостоятельный анализ информации по теме, разработка творческого проекта. Все промежуточные задания и презентации проектов были размещены на Образовательном портале БГУ.

Ключевая идея авторской методической разработки

Студентам предлагается разделиться на проектные команды. Состав команды и количество





участников определяют сами студенты для максимально комфортной проектной деятельности. Задача каждой проектной группы – самостоятельно разработать интернет-ресурс по теме «Республика Беларусь глазами студентов: что нужно посетить в моей стране». Это может быть сайт о своем населенном пункте, об уютных местах, туристических, архитектурных, природных достопримечательностях страны и др. – о том, что дорого, интересно данной команде студентов, что они порекомендовали бы друзьям, гостям, туристам для посещения с целью продвижения имиджа страны.

Целеполагание преподавателя

- Предоставить студентам возможность формирования системного представления о теории и практике визуально-информационного дизайна, о роли современных технологий в организации коммуникационных процессов.
- В ходе разработки проекта создать условия для развития следующих профессиональных компетенций: сбор, обработка, систематизация, актуализация, создание, распространение, анализ информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

Целеполагание студента

Выберите из предложенных целей проекта одну наиболее значимую для себя (или предложите свой вариант в пункте «другое»):

- Рассказать интересно моей целевой аудитории о том, что меня волнует.
- Узнать для себя что-то новое о стране, в которой живу.
- Попробовать себя в новой роли (редактора интернет-ресурса, дизайнера сайта, фотографа, автора текста).
- Вдохновиться, создать с одноклассниками наброски интересного проекта, который в дальнейшем может послужить основой реального мобильного приложения для гостей и туристов «Беларусь глазами молодых».
- Другое: _____

Круг реальных объектов действительности, предлагаемых студенту для изучения

Основные этапы разработки и проектирования веб-ресурса (цель создания и задачи, организация информации на сайте, дизайн сайта и его элементов, создание отдельных веб-страниц); роль и задачи специалиста в области информации и коммуникации в создании веб-ресурса (определение аудитории сайта и ее потребностей, формирование креативного брифа, распределение обязанностей в группе).

Этапы проектной работы

Студентам предлагается разделить на проектные команды. Состав команды и количество участников определяют сами студенты для максимально комфортной проектной деятельности (рекомендованное количество участников группы - не более трех человек). Поскольку задачей каждой проектной группы является самостоятельная разработка интернет-ресурса, участникам каждой группы рекомендуется заранее продумать и решить, какая основная роль будет им отведена в группе: редактора интернет-ресурса, дизайнера сайта, фотографа, автора текста.

Этап 1. Вводное занятие (аудиторное занятие, 2 академических часа)

1.1. Постановка проблемы

Преподавателю предлагается обсудить со студентами поставленные ранее цели, совместным решением разделить студентов на команды в зависимости от выбранной роли, сформулировать конкретную тему, над которой будет работать команда, распределить роли в команде. Задача каждой проектной группы – самостоятельно разработать интернет-ресурс на тему: «Республика Беларусь глазами студентов: что нужно посетить в моей стране».

Требования к проекту: единый стиль оформления, наличие фото и других сопутствующих материалов, гипертекстовых ссылок, внешняя стройность, связанность представляемых материалов и удобство управления размещенными данными, отсутствие грамматических, стилистических, орфографических и пунктуационных ошибок.

1.2. Подготовка к выполнению проектного задания студентами

Студентам открывается доступ к заданиям на Образовательном портале БГУ (<https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=146#section-0>) для работы в группах. Алгоритм работы на данном этапе включает в себя следующие задания:

1. Разработать бриф будущего проекта, в котором должны быть отражены:

- резюме проекта;
- профиль аудитории;
- восприятие/стиль/основные принципы;
- стратегия подачи информации;
- основная идея.

Готовый бриф необходимо разместить на Образовательном портале БГУ. Примеры брифов проектов, разработанные студентами, представлены ниже (Бриф 1-3.).

2. Представить логическую структуру будущего проекта (карта сайта) в виде диаграммы (блок-схемы).

Требования: логическая структура сайта должна содержать совокупность всех страниц на сайте, расположенных с учётом иерархии, показывать взаимосвязь страниц, в которой прослеживается их принадлежность к разделам, категориям, подкатегориям.

Карту сайта загрузить на Образовательный портал БГУ. Примеры логической структуры проектов, разработанные студентами, представлены ниже (Рис. 1.1-1.3).

Этап 2. Промежуточное занятие (управляемая самостоятельная работа, 2 академических часа)

В соответствии с выбранной темой и распределенными ролями каждый участник команды разрабатывает свою часть проекта (написание текстов, подготовка фотографий, создание шаблона дизайна сайта, выбор инструментов создания проекта).

Этап 3. Основное занятие (аудиторное занятие - 2 академических часа / управляемая самостоятельная работа - 2 академических часа)

В соответствии с выбранной темой и распределенными обязанностями команда во время аудиторного занятия создает проект на основе подготовленного креативного брифа и логической структуры. Поскольку одной из задач учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-пространстве», в рамках которой создана данная разработка, является изучение способов организации и представления электронной информации, предоставляемых современными технологиями веб-дизайна, студентам предлагается выбрать редактор визуального проектирования из пакета Adobe

(Dreamweaver или Muse), изученный ранее на лабораторных занятиях [1]. Ссылки на ЭУМК по данной учебной дисциплине доступны студентам на Образовательном портале БГУ и в электронной библиотеке БГУ [2]. Преподаватель во время аудиторного занятия консультирует проектные команды.

Работа над проектом завершается в рамках УСР, во время которой каждая команда тестирует свой проект, готовит его презентацию, которую необходимо разместить для предварительного обсуждения на Образовательном портале БГУ.

До итогового занятия всем студентам группы доступно голосование за понравившийся проект с помощью элемента СДО «Опрос». Каждый студент может проголосовать за один проект. Авторы проекта зашифрованы.

Этап 4. Итоговое занятие (аудиторное занятие, 2 академических часа)

На итоговом занятии проходит защита проектов. Во время защиты преподавателем, аудиторией и командой проекта осуществляется анализ наиболее и наименее удачных фрагментов содержания и оформления.

Студентам предлагается обсудить с преподавателем и аудиторией итоги работы команды над проектом, осуществив рефлексию собственной деятельности:

1. Каковы были Ваши первоначальные цели и насколько их удалось реализовать?
2. Главный результат для Вас лично при выполнении проекта?
3. Какие трудности возникали при выполнении проекта?
4. Что не получилось и почему?
5. Что бы еще хотелось узнать по данной проблеме (вопросы к преподавателю)?

Итоговая оценка формируется с учетом соответствия проектов заявленным критериям, а также результатов предварительного голосования на Образовательном портале БГУ. Авторам проекта-победителя вручается приз.

Критерии оценивания проекта

<i>Критерий</i>	<i>Успешность работы (в баллах, максимум – 10 баллов)</i>
Активность участия в командной работе	<ul style="list-style-type: none"> • не активен – 0 • активен – 1
Бриф проекта	<ul style="list-style-type: none"> • не удовлетворяет требованиям – 0 • не всем требованиям удовлетворяет – 1 • удовлетворяет всем требованиям – 2
Логическая структура проекта	<ul style="list-style-type: none"> • не удовлетворяет требованиям – 0 • не всем требованиям удовлетворяет – 1 • удовлетворяет всем требованиям – 2

<p>Качество представленного ресурса (освещение темы, качество оформления)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • тема не раскрыта, полное несоответствие принципам веб-дизайна, рассмотренным на теоретических занятиях – 0 • тема раскрыта фрагментарно, грубые ошибки веб-проектирования – 1 • тема раскрыта, некоторые ошибки веб-проектирования – 2 • тема раскрыта отлично, проявляется творческий потенциал студента, дизайн продуман, выполнен без ошибок – 3
<p>Качество презентации проекта</p>	<ul style="list-style-type: none"> • оформление презентации не соответствует заявленной теме проекта, не дает представления о проекте – 0 • оформление презентации выполнено с ошибками, представление о проекте фрагментарно, нет полной картины – 1 • оформление презентации соответствует заявленной теме проекта, проект представлен полностью – 2

Примеры, подтверждающие образовательные результаты

Примеры брифа проекта. Этап 1 (промежуточный)

<p>Бриф 1. Проект «Белорусский путешественник» (Вадим Наумов, Алена Волкова)</p>
<p>Резюме проекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>В чем заключается проект?</i> Молодежный сайт-гид о путешествиях по Беларуси. 2. <i>Какова главная цель нового сайта?</i> Повысить интерес молодежной аудитории к изучению родной страны. 3. <i>Каковы вторичные цели?</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Повышение уровня молодежного образования; b. Патриотическое воспитание молодежи. 4. <i>Каковы долгосрочные цели?</i> Стать ведущим интернет-ресурсом о путешествиях по Беларуси.
<p>Профиль аудитории:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Кто составляет целевую аудиторию?</i> Молодёжь 16-25 лет, любой пол, любое семейное положение. Интересуются путешествиями, обычно в компании единомышленников. Жители крупных и средних (реже) городов Беларуси. Часто не имеют личных транспортных средств, используют доступные и бюджетные варианты (электричка, автостоп, машины друзей). Имеют аккаунты ВКонтакте, Инстаграм, интересующую информацию ищут на сайтах (обычно не дальше 1-й страницы результатов поиска), либо в видео на YouTube. Генерируют много разнообразного контента, хорошо реагируют на «атмосферный» визуал. 2. <i>Какие типичные задачи будет выполнять пользователь на новом сайте?</i> Поиск информации, «поделиться новостью», «подписаться на рассылку», оформление заявок (для написания собственных статей, отправки фото), переход на сторонние платформы (соцсети проекта), запросы на получение дополнительной информации (для рекламодателей).

Восприятие/Стиль/Основные принципы:

1. *Какими прилагательными можно описать впечатление, которое должен производить на целевую аудиторию веб-сайт?* Понятный, доступный, полезный, стильный.
2. *Какое зрительное впечатление должен производить сайт?* Современный минимализм. Ощущение свободы и пространства.

Стратегия подачи информации:

1. *Какую основную идею требуется донести до целевой аудитории?* – это полезный и атмосферный сайт, который поможет увидеть Беларусь под совершенно новым углом.
2. *Каким образом будет внушаться эта идея?* Посредством большого и постоянно обновляющегося подбора полезных материалов направленного содержания.
3. *Как будет оцениваться успешность сайта?* Исходя из количества посещений, просмотров и общего уровня активности целевой аудитории.

Конкурентоспособность и позиционирование:

1. *Что выделяет сайт среди конкурентов?* Большое количество актуальной информации, структурированность, простота сайта в использовании.

Основная идея:

Придумайте слово или короткую фразу, которая адекватно опишет сайт. Путешествовать по Беларуси просто.

* * *

Бриф 2. Проект «Меланхоличный Минск» (Дарья Ковалевская, Анна Коваленко, Вероника Римашевская)**Резюме проекта:**

1. *В чем заключается проект?* Суть проекта заключается в создании сайта, в котором будут собраны лучшие места Минска, которые стоит посетить при осенней меланхолии.
2. *Какова главная цель нового сайта?* Помочь минчанам найти новые места в городе для посещения, разнообразить их досуг.
3. *Каковы вторичные цели?* Сформировать положительное отношение к нашему сайту, получить доверие целевой аудитории.
4. *Каковы долгосрочные цели?* Повысить посещаемость тех мест, которые мы указали на сайте, сделать их популярными среди населения.

Профиль аудитории:

1. *Кто составляет целевую аудиторию?* Целевую аудиторию составляют девушки от 16 до 23 лет. Род занятий: творчество (живопись, дизайн, журналистика, фотография, пиар, реклама, литература, музыка, языки, путешествия). В Сети бывает часто, в среднем, больше трех часов в день. Интересы: любят посещать заведения, часто слушают музыку, равнодушны к поэзии. Хорошо относятся к природе, готовы к романтическим отношениям. Нейтрально или положительно относятся к экокультуре. Заработок: ниже среднего или средний.

2. *Какие типичные задачи будет выполнять пользователь на новом сайте?* Вход, поиск нужного места для посещения, просмотр фотографий, поиск адресов понравившихся мест, подписка, запросы на получение дополнительной информации.

Восприятие/Стиль/Основные принципы:

1. *Какое впечатление на целевую аудиторию производит сайт? Какого впечатления мы хотим добиться?* С первых секунд посещения сайта – лояльность и высокая оценка дизайна и наполнения.

2. *Как поможет в этом веб-сайт, достигнет ли он этой цели?* Мы думаем, что визуализация – 80% успеха, поэтому делаем ставку на «картинку» сайта.

3. *Какими прилагательными можно описать впечатление, которое должен производить на целевую аудиторию веб-сайт?* Стильный, концептуальный, отличающийся от других.

4. *Какое зрительное впечатление должен производить сайт?* Гармоничность и слаженность: за счет цветов, размеров и форм подачи.

Стратегия подачи информации:

1. *Какую основную идею требуется донести до целевой аудитории?* Минск – интересный город для любого настроения, в том числе и для меланхолии.

2. *Каким образом будет внушаться эта идея?* Это будет внушаться благодаря большому количеству визуальных и интерактивных элементов, большому списку мест для любой цели и любой прихоти.

3. *Охарактеризуйте стадии развития, ведущие к достижению целей.* Сайт не будет стоять на месте, будут наполняться разделы новыми и интересными местами.

4. *Как будет оцениваться успешность сайта?* По количеству публикаций нашей ЦА в социальных сетях с отметкой нашего сайта.

Конкурентоспособность и позиционирование:

1. *Чем компания или облик ее сайта отличается от конкурентов?* Уникальность подачи материала, реальные (не стоковые) фото, удобство в использовании.

2. *Что особенно выделяет компанию среди конкурентов?* Ориентация на настроение потребителя.

Основная идея:

Гайд по уютным местам города Минска

* * *

Бриф 3. Проект «Белорусский государственный театр кукол» (Анастасия Жаркевич)

Резюме проекта:

1. *В чем заключается проект?* Ребрендинг сайта Белорусского государственного театра кукол.
2. *Какова главная цель нового сайта?* Привлечь новых зрителей.
3. *Каковы вторичные цели?* Создать достойное оформление и представление постановкам и коллективу театра.
4. *Каковы долгосрочные цели?* Повысить статус театра кукол среди остальных театров Минска и Беларуси.

Профиль аудитории:

1. *Кто составляет целевую аудиторию?*
 - 1) Мамы с маленькими детьми. Возраст 25-40. В сети сидят в основном в инстаграме, наблюдают за новыми возможностями развития детей в том числе.
 - 2) Любители театра (сюда входят также и театральные критики, люди культуры). Возрастной диапазон достаточно широк (20-60). От сайта хотят новой информации о спектаклях, мероприятиях, связанных с театром.
2. *Какие типичные задачи будет выполнять пользователь на новом сайте?* Поиск информации о спектаклях, театре, работниках театра + регистрация на спектакли + покупка билетов онлайн.

Восприятие/Стиль/Основные принципы:

1. *Какое впечатление на целевую аудиторию производит компания?* Театр кукол – один из старейших в Беларуси, имеет признанный авторитет, но померк на фоне более молодых, развивающихся театров. Это неременный знак качества театральных постановок, продуманности кукол и декораций.
2. *Какого впечатления мы хотим добиться?* Совмещения порой несовместимых понятий: доброта и новаторство, теплота и свежий взгляд. 80 на 20, где 80 – качество, доброта кукольного театра, а 20 – новые свежие решения.
3. *Как поможет в этом веб-сайт, достигнет ли он этой цели?* Да, поможет достигнуть этой цели. Сайт сейчас не обладает своим характером, он является рамкой для фотографий спектаклей, но рамка эта далеко не лучшая.
4. *Какими прилагательными можно описать впечатление, которое должны производить на целевую аудиторию веб-сайт и компания?* Открытый, качественный, добрый, заигрывающий, теплый.
5. *Какое зрительное впечатление должен производить сайт?* Не отвлекать от фото постановок, а быть достойной им канвой.

Стратегия подачи информации:

1. *Какую основную идею требуется донести до целевой аудитории? Совмещения порой несовместимых понятий: доброта и новаторство, теплота и свежий взгляд. 80 на 20, где 80 – качество, доброта кукольного театра, а 20 – новые свежие решения.*

2. *Каким образом будет внушаться эта идея? За счёт переработки контента сайта, как текстового, так и визуального. Нужно добавить характера, но не ошибиться с ним.*

3. *Как будет оцениваться успешность перепроектированного сайта? О сайте напишут в СМИ (1-2), появится приток новых зрителей.*

Конкурентоспособность и позиционирование:

1. *Чем компания или облик ее сайта отличается от конкурентов? Каждый из театров Беларуси пытается создать свой неповторимый облик, но он, на мой взгляд, есть далеко не у каждого.*

· РТБД – «белорускость».

· Большой театр – величие и главенство.

· Купаловский – классика (становится более гибким), хороший сайт без излишеств (нравится мне больше остальных) + у него есть визуальные знаки.

2. *Что особенно выделяет компанию среди конкурентов? Куклы.*

3. *Какие элементы текущего сайта являются успешными и почему? Можно через афишу сразу купить билет.*

Основная идея: *Придумайте слово или короткую фразу, которая адекватно опишет сайт. Как Купаловский, только Кукольный.*

* * *

Примеры логической структуры будущего проекта. Этап 2 (промежуточный)

Логическая структура будущего проекта — карта сайта «Легенды Беларуси»

Студенток Черняк Марии и Черноус Полины

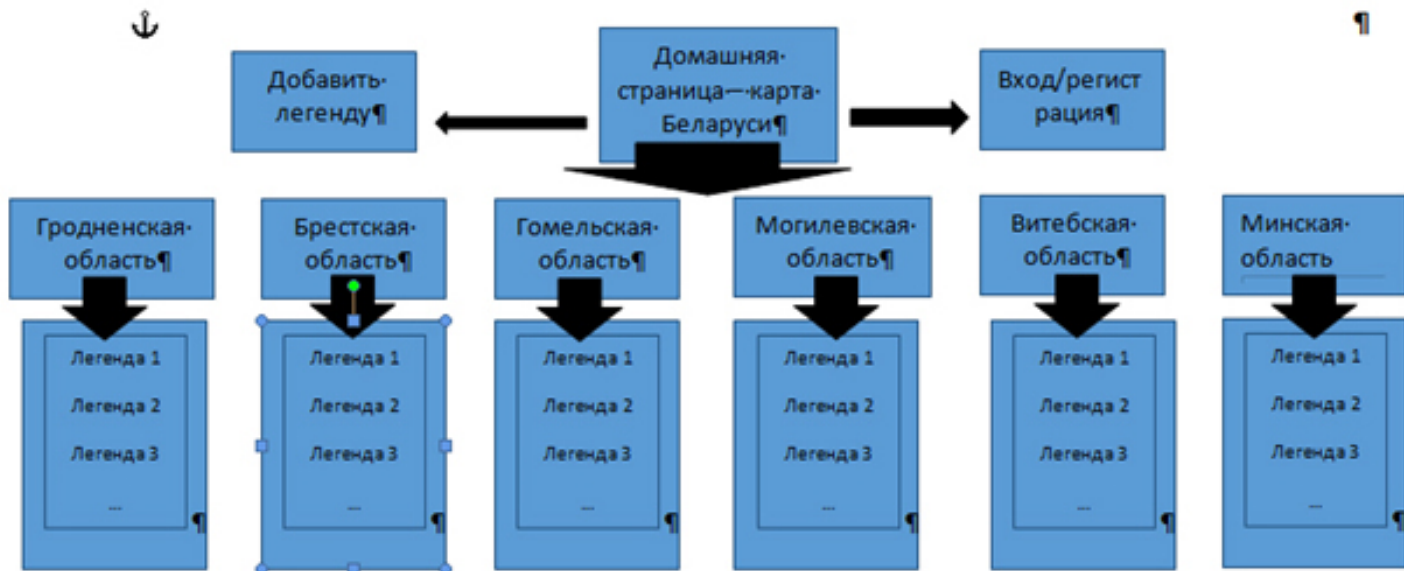
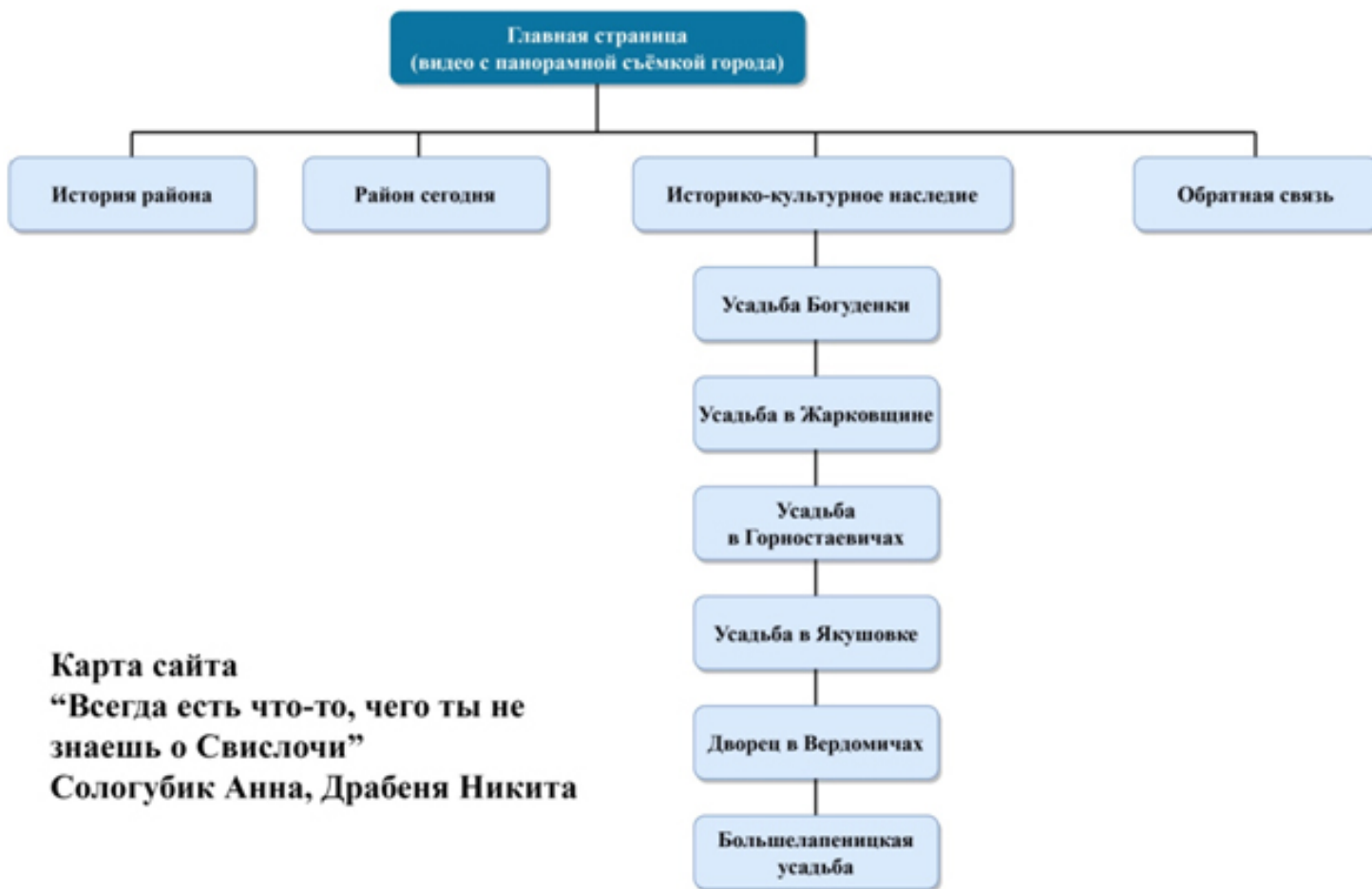
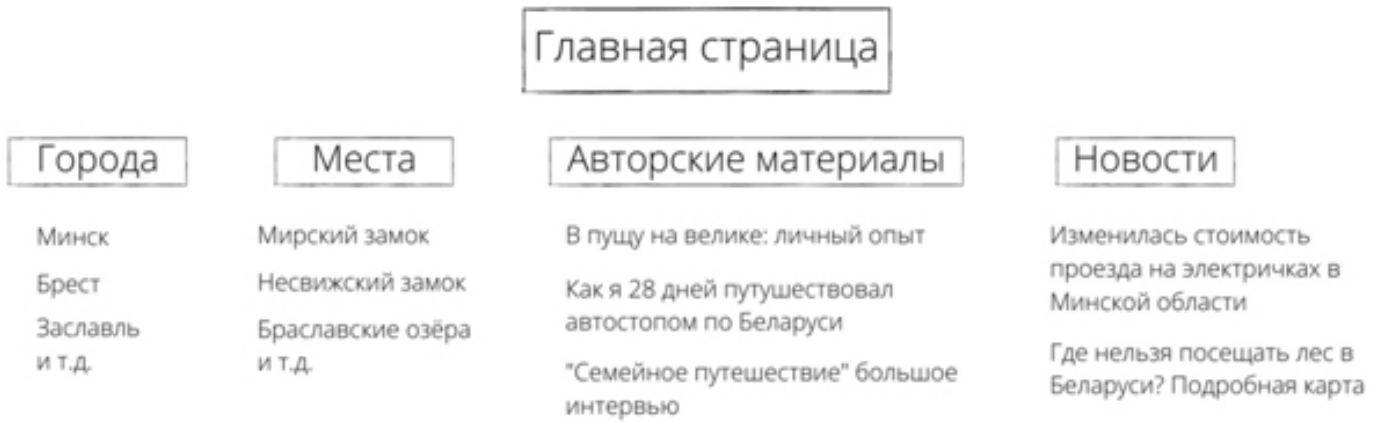


Рис. 1.1 Логическая структура сайта «Легенды Беларуси» (Полина Черноус, Мария Черняк)



Карта сайта
 «Всегда есть что-то, чего ты не знаешь о Свислочи»
 Сологубик Анна, Драбень Никита

Рис. 1.2 Логическая структура сайта «Всегда есть что-то, чего ты не знаешь о Свислочи» (Анна Сологубик, Никита Драбень)



Карта сайта «Белорусский путешественник»


Вадим Наумов, Алена Волкова

Рис. 1.3 Логическая структура сайта «Белорусский путешественник» (Вадим Наумов, Алена Волкова)





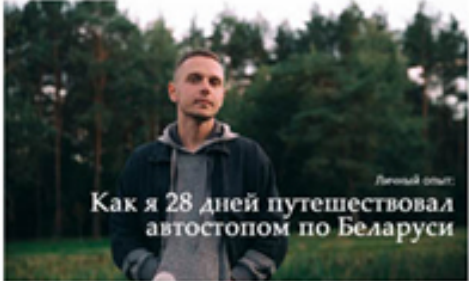



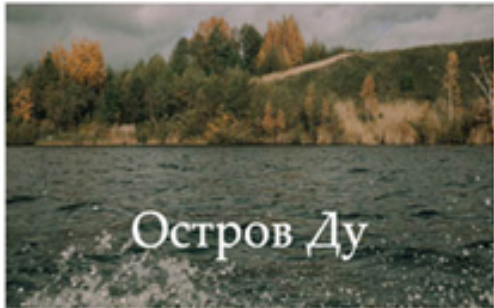

Примеры итоговых проектов

← → ↻ 🏠 [file:///C:/Users/Vadim Naumov/Desktop/Мои файлы/Учеба/Сайт/www/index.html](file:///C:/Users/Vadim%20Naumov/Desktop/Мои%20файлы/Учеба/Сайт/www/index.html) ... 🌟 📄 🖨️ 🗑️

⚙️ Часто посещаемые 📁 Курсы 📁 Tools 📁 Курсовая 📁 Комплект уставной Р...




Белорусский путешественник

<p>Новости</p> <p> Изменилась стоимость проезда на электричках в Минской области</p> <p> Где нельзя посещать лес в Беларуси? Подробная карта</p> <p> Беларусь заняла 73-е место в рейтинге процветающих стран</p>	<p>Города</p>  <p>Брест</p>	<p>Места</p>	<p>Авторские материалы</p>  <p><i>Личный опыт:</i> Как я 28 дней путешествовал автостопом по Беларуси</p>
 <p><i>Личный опыт:</i> В пушу на велике</p>	<p><i>«Путешественник видит то, что видит; туристы видят то, на что они приехали посмотреть»</i></p> <p style="text-align: right;"><i>Г. К. Честертон</i></p>		
<p> БЖД запускает мобильное приложение</p> <p> Художник создал карты всех районов Брестской области</p>	 <p>Остров Ду</p>	 <p>Молодечно</p>	

← → ↻ 🏠 [file:///C:/Users/Vadim Naumov/Desktop/Мои файлы/Учеба/Сайт/www/Templates/Новости.html](file:///C:/Users/Vadim%20Naumov/Desktop/Мои%20файлы/Учеба/Сайт/www/Templates/Новости.html) ... 🌟 📄 🖨️ 🗑️

⚙️ Часто посещаемые 📁 Курсы 📁 Tools 📁 Курсовая 📁 Комплект уставной Р...



Белорусский путешественник











<p>Главная</p>	<p>Города</p>	<p>Места</p>	<p>Авторские материалы</p>
<p> Где нельзя посещать лес в Беларуси? Подробная карта</p> <p> Беларусь заняла 73-е место в рейтинге процветающих стран</p> <p> БЖД запускает мобильное приложение</p> <p> Художник создал карты всех районов Брестской области</p> <p> Изменилась стоимость проезда на электричках в Минской области</p>		<p> Что будет с Кревским замком в 2020-м?</p> <p> Аутентичность Дудудок дополнится мельницей</p> <p> Минский сталинский ампир в юае Юнеско?</p> <p> В городе N горела храм XVII века</p> <p> Отреставрированы тысячи мосты в Вилейке</p>	

Рис. 2.1. Сайт «Белорусский путешественник» (Вадим Наумов, Алена Волкова)

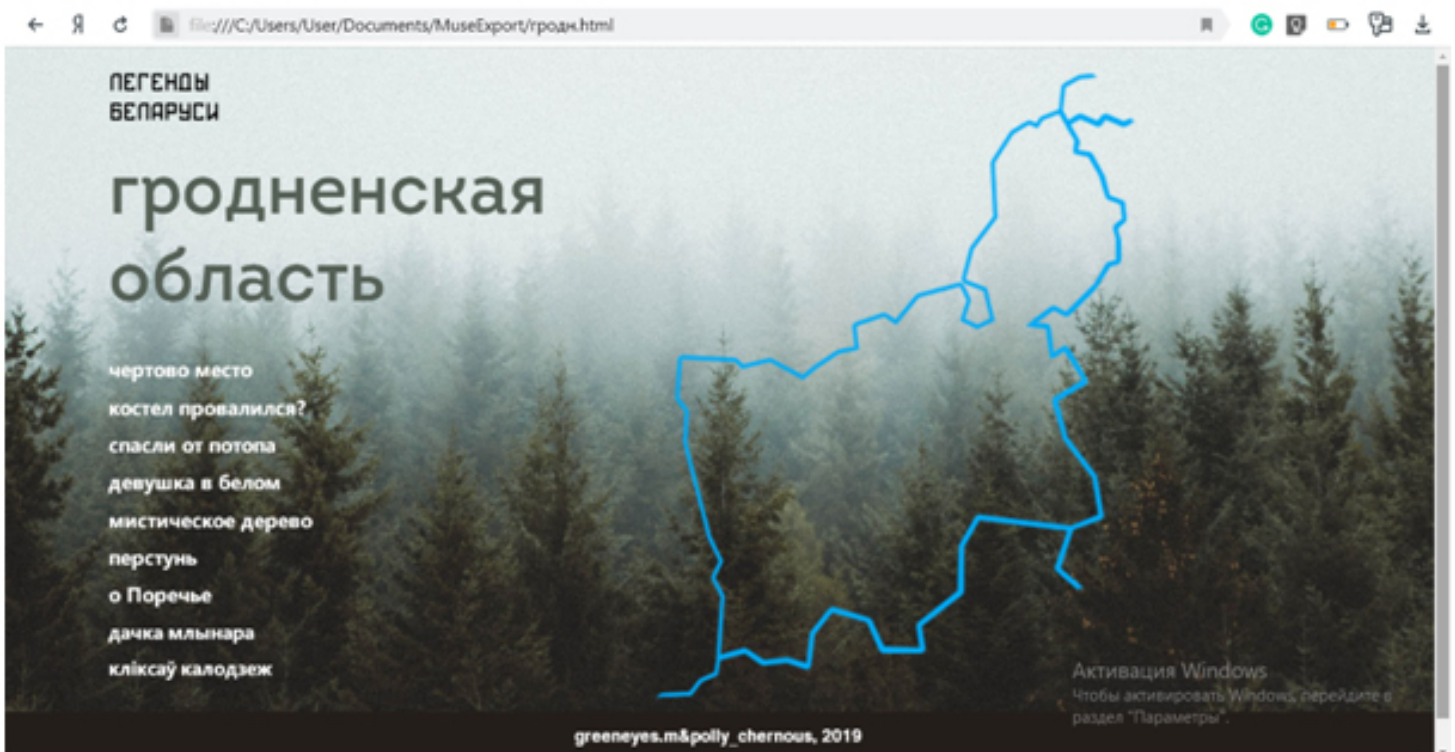


Рис. 2.2. Сайт «Легенды Беларуси» (Полина Черноус, Мария Черняк)

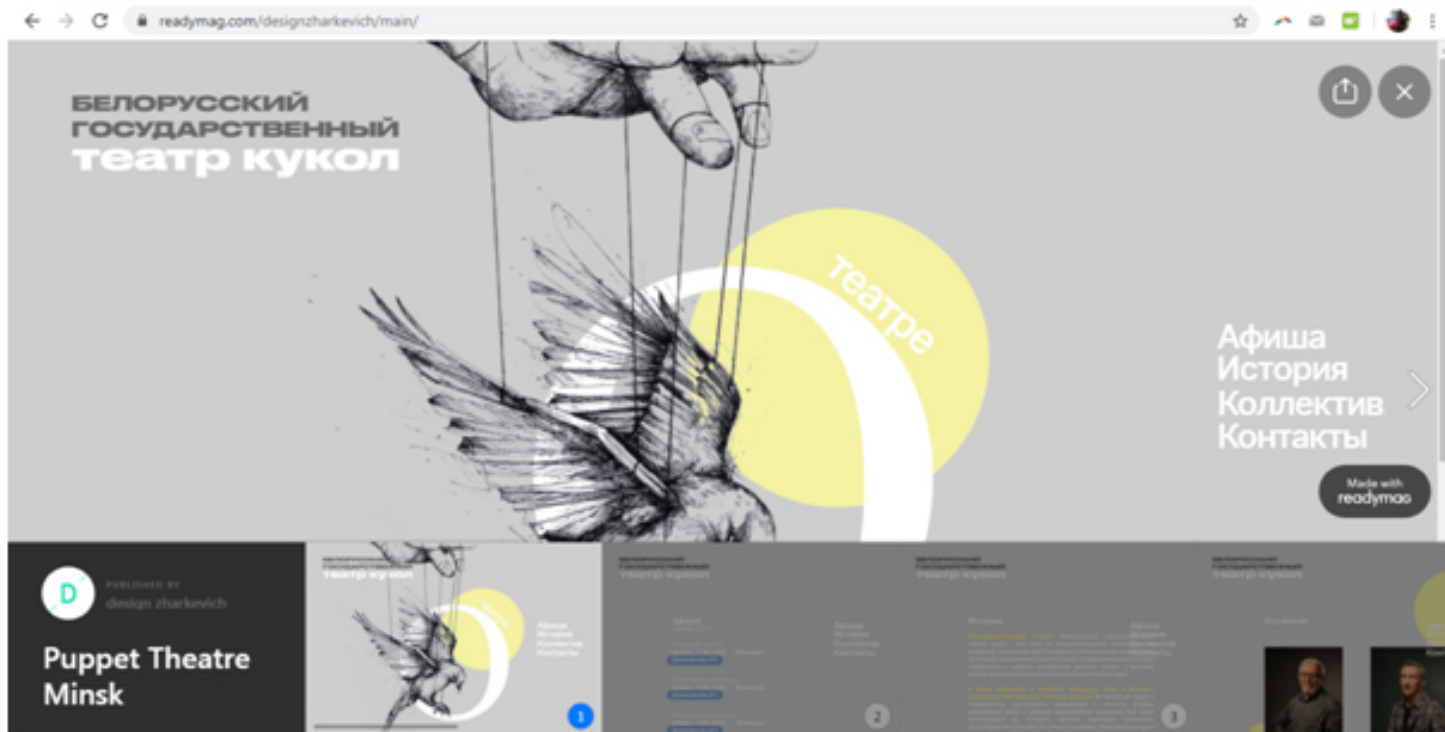


Рис. 2.3. Сайт «Белорусский государственный театр кукол» (Анастасия Жаркевич)

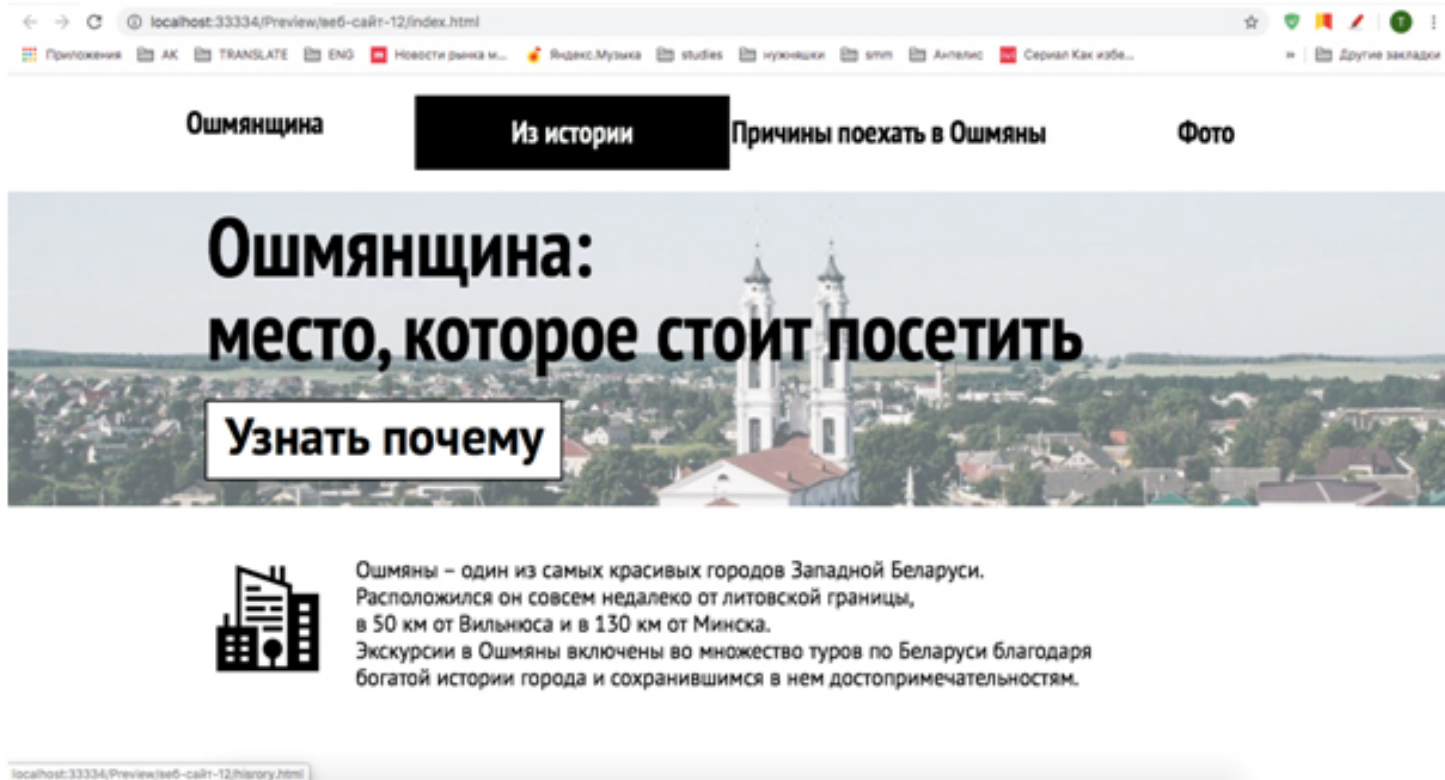
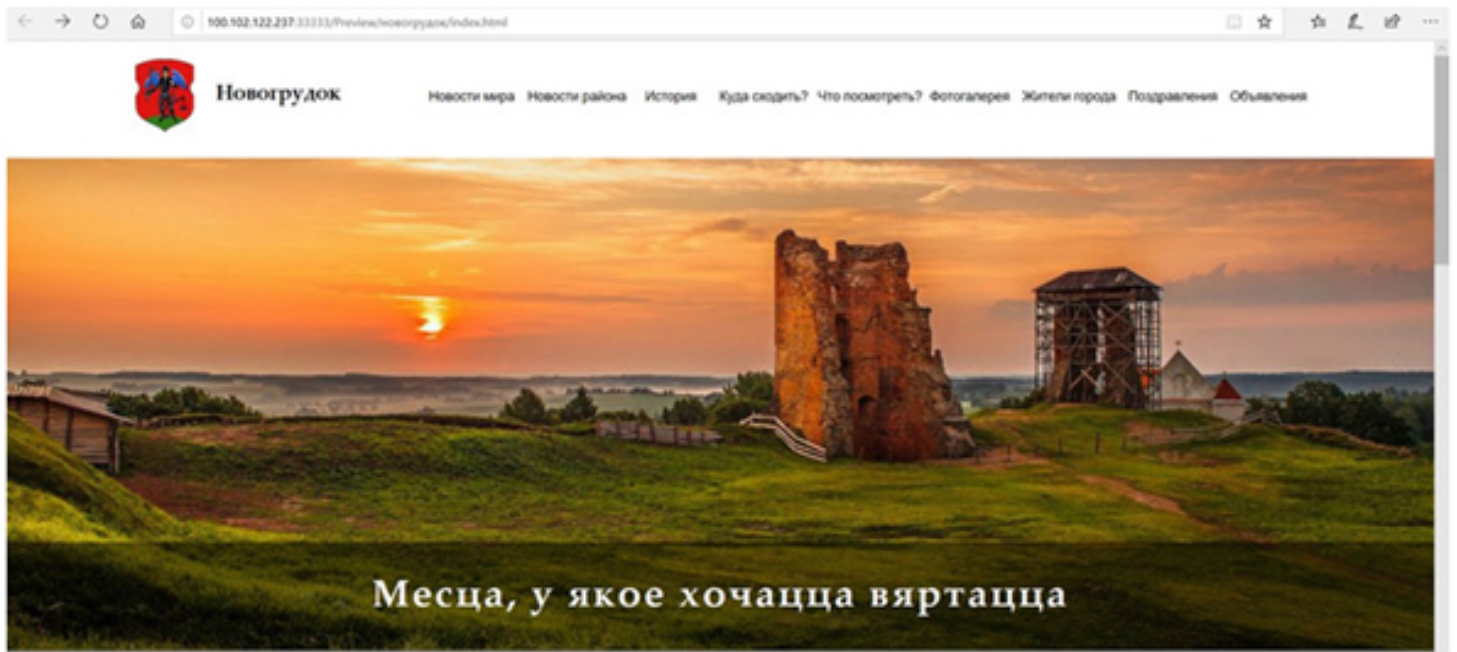


Рис. 2.4. Сайт «Ошмянщина – место, которое стоит посетить» (Татьяна Войгеница)



Новости района

- 10:43 Передача «Нале в руин» в гостях у Новогрудка
- 10:25 5 подарков от магазина «Бресток» в Новогрудке
- 8:00 Представители туристического бизнеса из Польши посетили Новогрудок и узнали, что может предложить наш регион иностранным туристам
- 17:15 В Новогрудской детской школе искусств прошел II Открытый региональный вокальный фестиваль «Соловушка»
- 16:15 Заместитель председателя Новогрудского райисполкома Светлана Королько встретилась с коллективом Новогрудского РОС



Погода

 **Сёння**
+1 **Облачно**

 **Завтра**
-2 **Облачно**





Рис. 2.5. Сайт «Новогрудок – место, в которое хочется вернуться» (Анна Кокош, Юлия Петрова, Полина Холяво)

* * *

Минск Меланхоличный



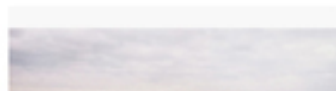
Ты любишь Минск только когда тебе грустно, а он тебя — всегда... На этом сайте ты найдешь все, чтобы пережить осенний и минский "недозимний" сплин.

О чем этот гайд

Кратко и скато мы решили напомнить вам о лучших местах этого города. Каждый здесь найдет что-то свое.

[На главную](#)

Крыши // Минск Меланхоличный





Обзорная площадка гостиницы Беларусь
Посмотри на привычный Минск под другим углом



Крыша ТД на Немиге
Окупись в покой и историю прошлого



Бизнес-центр Роял Плаза
Подержи Минск на ладошках



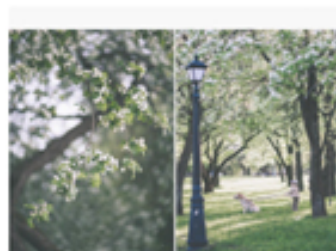
Крыша Галилео
Разбуди в себе романтика



Крыша Национальной библиотека
Постой на вершине бриллианта, только в Беларуси это возможно

ВАЗАРИИ

Фотоспоты // Минск Меланхоличный



Лошицкий парк
1001 способ сфоткаться в листьях и остаться уникальной. Подумай об этом



Октябрьская
Депресснуло? Решет прост: надеваем кроссы, яркую одежду, берем кофе в Лавке, фоткаемся



Осмоловка
Back to the 60s... врубай джаз и танцуй, желательно с чьей-то широкой ладонью на талии



Дворец гимнастики
В душе все мы танцуем, а ты здесь и сейчас

Минск
Меланхоличный

[На главную](#)

5 лучших кофеен

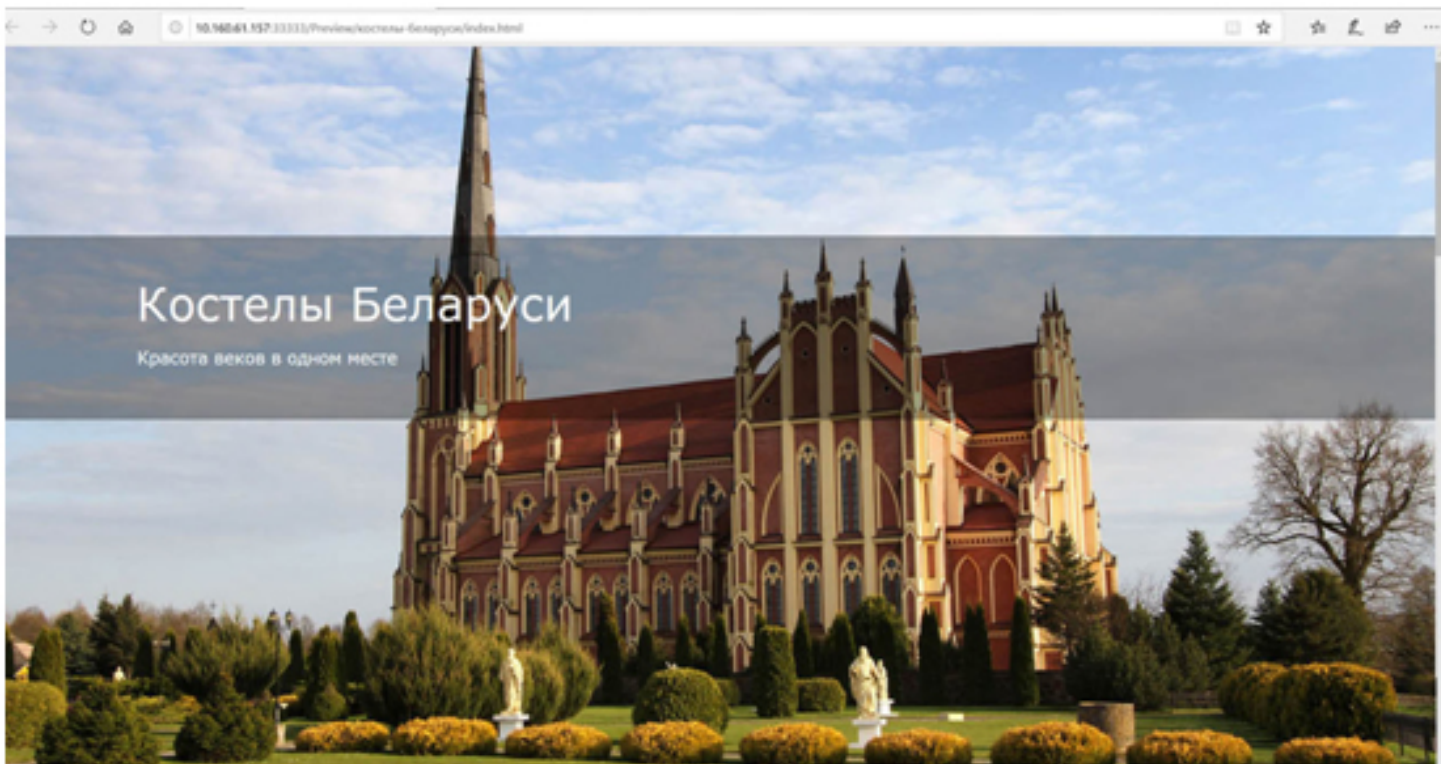
Для осенней грусти и вкусного кофе





Рис. 2.6. Сайт «Меланхоличный Минск» (Дарья Ковалевская, Анна Коваленко, Вероника Римашевская)

*** * ***



Беларусь - многоконфессиональное государство. В стране насчитывается 25 религиозных конфессий. Наиболее распространённой считается христианство (православие, католицизм, униатство и протестантизм), также исповедуют иудеизм и ислам. Свобода выбора религии охраняется Конституцией.

С каждым годом в Беларуси растёт число верующих различных конфессий и число храмов. Помимо новых и современных монастырей в нашей стране сохранились и уникальные древние церкви и монастыри. Мы расскажем про самые интересные и уникальные храмы Беларуси.

Выбери город:

- Будслав
- Гервенты
- Гродно
- Каман
- Львещин
- Львиск
- Несвиж
- Пинск**



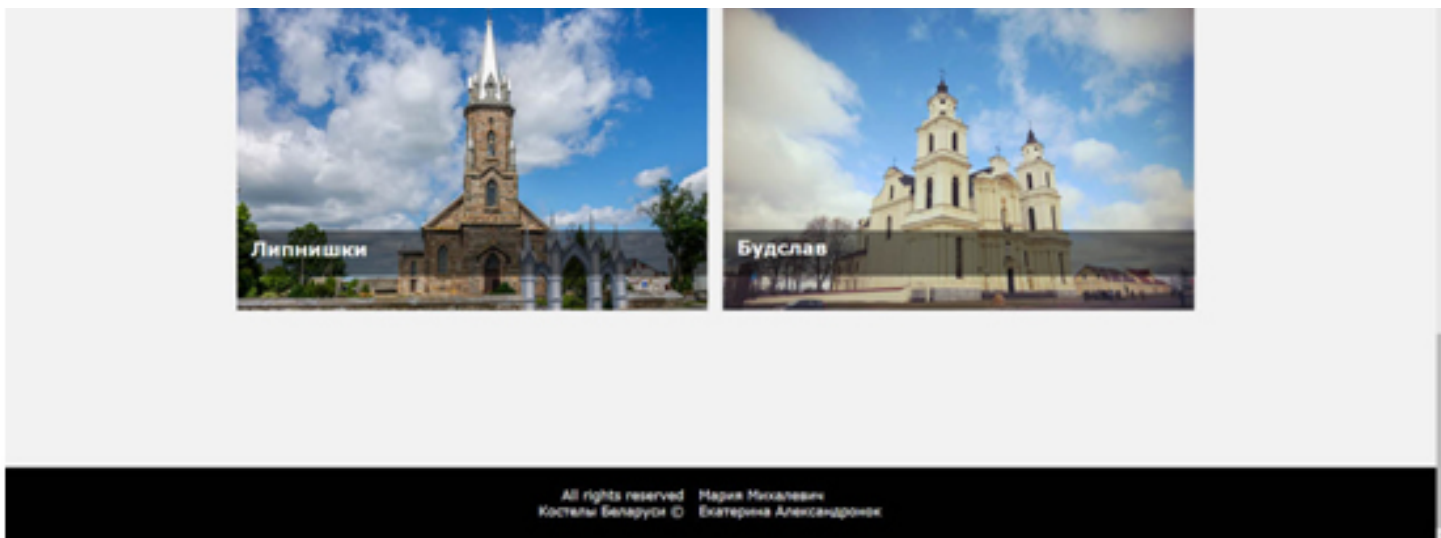


Рис. 2.7. Сайт «Костелы Беларусі» (Екатерина Александронак, Мария Михалевич)

Выводы по результатам проведенных занятий

Занятия были проведены в осеннем семестре 2019-2020 учебного года.

Оценивая полученный опыт с позиции самореализации студента, автор полагает, что в достаточно большой степени удалось заинтересовать всех студентов. Обсуждение и голосование были весьма эмоциональными (положительными), активными и заинтересованными, студенты отмечали, что узнали для себя много нового и о своей стране, и об этапах разработки веб-проектов, укрепили навыки работы в команде. Несомненными плюсами являются свобода выбора индивидуальной цели, отсутствие неправильных ответов, возможность коллективного обсуждения полученных результатов, в том числе и при помощи интерактивных ресурсов. И этот факт радует и настраивает на продолжение подобного вида педагогической деятельности в других учебных группах и по другим дисциплинам.

Презентации проектов студентов доступны на Образовательном портале БГУ (<https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=146#section-0>), также с ними можно ознакомиться по ссылке (https://drive.google.com/drive/folders/1uoyn8LG1812gd1ch60Pb9C8J_JvHg9z3?usp=sharing).

Литература

1. Шибут, И. П. Информационный менеджмент в веб-пространстве: типовая учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-23 01 07 Информация и коммуникация [Электронный ресурс] / И. П. Шибут // Белорусский государственный университет. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/183280>. – Дата доступа: 1.04.2020.
2. Шибут, И. П. Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, С. Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014. – 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/108518>. – Дата доступа: 1.04.2020.

Автор: И. П. Шибут

©2020 Межвузовский портал. Методология, содержание, практика креативного образования

Тиражирование, распространение, обработка и иное использование информации возможно только при условии письменного разрешения ее автора или составителя и указания активной ссылки на оригинал информации, размещенной на портале "Методология, содержание, практика креативного образования".

Пользователю

[О портале \(/about\)](#)

[Обращение автора проекта и научного редактора \(/EditorScience\)](#)

[Правила \(/rules\)](#)

[Редколлегия портала \(/EditorialBoard\)](#)

[Контакты \(/contact\)](#)

[Rss \(/rss\)](#)

Мы в соц.сетях

[Facebook \(https://www.facebook.com/creativeeducationbsu\)](https://www.facebook.com/creativeeducationbsu)

[Instagram \(https://www.instagram.com/creative_education_bsu\)](https://www.instagram.com/creative_education_bsu)