

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Белорусского государственного
университета

_____ А.В. Данильченко

«28» января 2014 г.

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-К-113/р.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для направления специальности
1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация
(технологии коммуникации)»**

Факультет журналистики

Кафедра технологий коммуникации

Курс (курсы) _____4_____

Семестр (семестры) _____8_____

Лекции _____

(количество часов)

Экзамен _____

(семестр)

Практические (семинарские)

занятия _____28_____

(количество часов)

Зачет _____8_____

(семестр)

КСР _____6_____

(количество часов)

Всего аудиторных часов

по дисциплине _____34_____

(количество часов)

Всего часов

по дисциплине _____58_____

(количество часов)

Форма получения высшего
образования очная

Составил(а) А.Э. Герасимович

(И.О.Фамилия, степень, звание)

2014 г.

Учебная программа составлена на основе учебной программы
«Профессиональное мастерство» _____, регистрационный №
УД-_____/баз.
(дата утверждения)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта
на заседании кафедры технологий коммуникации Белорусского
государственного университета

_____. Протокол №_____
(дата)

Заведующий кафедрой
_____. И.В. Сидорская
(подпись)

Одобрена и рекомендована к утверждению Учебно-методической комиссией
Института журналистики Белорусского государственного университета

_____. Протокол №_____
(дата)

Председатель
_____. О.М. Самусевич
(подпись)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины «Профессиональное мастерство» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и учебным планом по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Целью Раздела 3 дисциплины является ознакомление студентов с новейшими методиками организации коммуникации PR-специалиста с различными целевыми аудиториями, демонстрация возможностей современных PR-инструментов.

Раздел 3 дисциплины предусматривает решение ряда **задач**:

- совершенствование навыков студентов при реализации коммуникационной стратегии организации, углубление знаний о ее специфике, функциях, задаче и структуре;
- исследование роли современных информационных технологий в публичных реляциях;
- получение знаний об основных инструментах коммуникации в новых каналах и выработка навыков по их использованию в профессиональной деятельности;
- изучение методик мониторинга сообщений средств массовой информации и упоминаний организации в социальных медиа.

Место дисциплины в системе подготовки специалиста по информации и коммуникации, связи с другими учебными дисциплинами.

Дисциплина «Профессиональное мастерство» является неотъемлемым компонентом учебного плана по данному направлению специальности и представляет собой учебную площадку для передачи студентам уникальных навыков и знаний практикующими PR-специалистами. Дисциплина организована как лабораторные (практические) занятия, на которых происходит обмен опытом между профессионалами, работающими в сфере связей с общественностью, и студентами специальности. Курс профессионального мастерства логически и структурно связан с дисциплинами специализации 1-23 01 07-01 02 «Информация и коммуникация в системе общественных связей»: «PR для организации», «PR внутри организации», «Government Relations» и др. Дисциплина «Профессиональное мастерство» (Раздел 3) опирается на знания и навыки, приобретенные студентами в рамках изучения вышеперечисленных дисциплин, а также таких дисциплин, как «Теория коммуникации», «Теория и методика коммуникационной деятельности», «Основы информационных технологий», «Программное обеспечение мультимедийных технологий», «Технологии интернет-коммуникации».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

По окончании изучения Раздела 3 студенты должны **знать**:

- современные возможности систем управления контентом для организации внутрикорпоративных СМИ;
- отличия пользовательских аудиторий наиболее популярных социальных сетей;

- виды контента, создаваемого пользователями;
- инструменты для измерения эффективности информационных кампаний в Интернете;
- базовые элементы организационной работы при проведении образовательных мероприятий;
- основные требования к качеству иллюстративного материала для корпоративных нужд.

Студенты должны **уметь**:

- планировать информационные кампании в сети Интернет;
- организовывать вовлечение персонала во внутрикорпоративные активности посредством интранет-сайта;
- управлять процессом по созданию мультимедийного контента;
- планировать ресурсы для организации образовательного мероприятия;
- организовывать съемку для корпоративного портфолио с использованием одного источника света;
- определять ключевые показатели эффективности оценки деятельности PR-специалиста.

Требования к организации самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по дисциплине «Профессиональное мастерство» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач дисциплины целесообразно осуществлять такие виды самостоятельной работы, как самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям, и самостоятельная работа при подготовке к зачету по дисциплине.

Распределение общих и аудиторных часов. На изучение Раздела 3 дисциплины «Профессиональное мастерство» отводится 58 часов, из них 34 аудиторных. Распределение аудиторного времени по видам занятий: 28 часов – на практические занятия, 6 часов – на контроль самостоятельной работы. Форма отчетности – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов*			
		Аудиторные			Самост. работа
		Лекции	Практич., семинар.	КСР	
1.	Введение: изменение парадигмы работы PR-специалиста, новые возможности для работы с целевыми аудиториями с помощью Интернет и Интранет		6		4
2.	Контент, создаваемый пользователями, и работа PR-специалиста по его использованию в профессиональных целях		6	2	6
3.	Фотография в работе PR-специалиста		6	2	6
4.	Современные требования к организации образовательных мероприятий для молодежи. Выбор каналов коммуникации для продвижения мероприятия		6		4
5.	Ключевые показатели (Key Performance Indicators) деятельности PR-специалиста		4	2	4
	Всего:		28	6	24

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение: изменение парадигмы работы PR-специалиста, новые возможности для работы с целевыми аудиториями с помощью Интернет и Интранет

История развития Интернета, появление новых типов СМИ и сервисов, аккумулирующих в себе значительное количество пользователей.

История изменения возможностей по созданию и распространению контента в Интернете.

Интернет в Беларуси: статистика и тренды, демографические характеристики. Основные игроки на рынке интернет-маркетинга и веб-дизайна в Беларуси.

Изменение задач и инструментов для работы PR-специалиста при использовании современных информационных систем и сервисов.

Использование возможностей Интранета для коммуникации внутри организации, эволюция внутрикорпоративных СМИ.

Тема 2. Контент, создаваемый пользователями, и работа PR-специалиста по его использованию в профессиональных целях

Возникновение WEB2.0 и эволюция социальной значимости Интернета. Повышение роли «гражданской журналистики». Организация работы с блогерами, возможные формы сотрудничества. Организация конкурсов для стимулирования активности аудитории веб-сообществ. Построение системного подхода для работы с мнениями пользователей. Создание кодекса коммуникации в социальных медиа. Мониторинг упоминаний компании в социальных медиа, автоматизация процессов.

Тема 3. Фотография в работе PR-специалиста

Требования к фотографиям наиболее популярных интернет-сервисов. Сервисы для распространения фотографий. Постановка процесса управления фотографиями. Быстрый отбор, пакетная обработка, публикация.

Студийная фотография, корпоративное портфолио. Подбор референсов, подготовка моделей для съемки, базовые навыки макияжа для фотосессий. Передача необходимых эмоций через фотографию.

Репортажная фотография в работе PR-специалиста, требования к отбору материала и скорости публикации.

Тема 4. Современные требования к организации образовательных мероприятий для молодежи. Выбор каналов коммуникации для продвижения мероприятия

Введение в event-менеджмент. Планирование ресурсов для успешной организации мероприятия. Check-list для проверки готовности мероприятия. Ключевые показатели эффективности мероприятия.

Современные рекламные Indoor-конструкции, требования к подрядчикам.

Выбор инфопартнеров, подготовка коммерческого предложения. Выполнение обязательств.

Тема 5. Ключевые показатели (Key Performance Indicators) деятельности PR-специалиста

Выбор измеримых показателей. Предварительная постановка целей. Система milestone контроля показателей. Использование систем аналитики для оценки эффективности интернет-кампаний – Google Analytics, Yandex Metrika, Babkee, Gemius, Socialbakers. Виды offline опросов.

Презентация итоговых проектов студентами, зачет по теме курса.

Учебно-методическая карта

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	лабораторные занятия	контролируемая самостоятельная работа студента			
	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Введение: изменение парадигмы работы PR-специалиста, новые возможности для работы с целевыми аудиториями с помощью Интернет и Интранет		6					
1.1.	История развития Интернета и СМИ, появление массовых сервисов. Развитие интернета в Беларуси, России. Современные сервисы для распространения контента		4				[1][2][4]	Дискуссия
1.2.	Интранет, возможности внутрикорпоративных порталов, работа с внутренней аудиторией		2					Дискуссия
2.	Контент, создаваемый пользователями (UGC), и работа PR-специалиста по использованию UGC в профессиональных целях		6		2			
2.1.	Изменение роли СМИ с появлением интернет и Web2.0 сервисов, «гражданская журналистика»		2				[1][4][6]	Дискуссия
2.2.	Работа с блогерами, стимулирование активности веб-сообществ. Выбор площадок для продвижения		2				[5][7] [8]	Составление медиакарты
2.3.	Мониторинг упоминаний компании в социальных медиа		2		2		[5][7][8]	Выполнение мониторинга
3.	Фотография в работе PR-специалиста		2	4	2			
3.1.	Определение требований к фотографиям со стороны массовых сервисов. Выбор кадров и пакетная обработка		2				[10][12]	дискуссия
3.2.	Корпоративное портфолио, подготовка к съемке. Базовые навыки макияжа.				2		[12] [13]	Групповое обсуждение

3.3.	Репортажная фотография в работе PR-специалиста. Требования к отбору материала и скорости публикации		2				[10][13]	Групповое обсуждение
3.4.	Студийная съемка			4				Выполнение съемки
4.	Современные требования к организации образовательных мероприятий для молодежи. Выбор каналов коммуникации для продвижения мероприятия		6					
4.1.	Введение в event-менеджмент. Планирование ресурсов для успешной организации мероприятия. Современные рекламные indoor-конструкции		4				[9]	Групповое обсуждение
4.2.	Работа с инфопартнерами, подготовка коммерческого предложения		2					Составление коммерческого предложения
5.	Ключевые показатели (Key Performance Indicators) деятельности PR-специалиста		4		2			
5.1.	Выбор показателей. Использование систем аналитики для оценки эффективности интернет-кампаний		2				[14]	дискуссия
5.2.	Составление отчета о проекте, системы аналитики сообществ. Презентация итоговых проектов студентами, зачет по теме курса		2		2			Презентация итогового проекта студентами, зачет по теме курса

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по Разделу 3 дисциплины «Профессиональное мастерство» входят:

- самостоятельные работы (подготовка медиакарты, выполнение мониторинга, фотосъемка);
- работа в группах по разработке и защите собственного проекта;
- оценка активности студентов во время анализа кейсов, групповых обсуждений, тематических дискуссий;
- опрос.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. *Почепцов, Г.* Стратегия. Инструментарий по управлению будущим / Г. Почепцов. – М.: Smartbook, 2008.
2. *Почепцов, Г.* Паблик рилейшенз для профессионалов / Г Почепцов. – REFL-book, Ваклер, 2005.
3. *Берн, Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. – М., 2007.
4. *Идлис, Ю.* Рунет. Сотворенные кумиры / Ю. Идлис. – М.: Альпина-нонфикшн, 2010.
5. *Серновиц, Э.* Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить / Э. Серновиц. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
6. *Каплунов, Д.* Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Д. Каплунов. – Манн, Иванов и Фербер, 2013.
7. *Годин, С.* Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся / С. Годин. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
8. *Кошик, А.* Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики / А. Кошик. – М.: Диалектика, 2011.
9. *Кнаус, Б.* Event-менеджмент. Профессиональная организация успешных мероприятий / Б. Кнаус. – М.: ЭКСМО., 2010.

Дополнительная:

10. Adobe Photoshop Lightroom 4, официальный учебный курс. – М.: Эксмо, 2012.
11. *Каптерев, А.* Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. – М., 2013.
12. *Лапин, А.* Фотография как... / А. Лапин. – М.; Издательство МГУ, 2003.
13. *Тэйлор-Хоу, К.* Освещение при студийной фотосъемке / К. Тэйлор-Хоу. – М.: Изд. Арт-Родник, 2008.

14. *Пестерева, Е.* Измерение результативности компании / Е. Пестерева. – Энайтед Пресс, 2007.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Виды целевой аудитории в Интернете.
2. Основные особенности коммуникации в социальных сетях.
3. Требования к иллюстрациям массовых интернет-сервисов.
4. Инструменты отбора и пакетной обработки фотографий.
5. Специфика корпоративного портфолио.
6. Основные этапы подготовки руководства компании к съемке корпоративного портфолио.
7. Планирование ресурсов для успешной организации мероприятия.
8. Специфика подготовки предложений для информационных партнеров.
9. Популярны интернет-ресурсы в Республике Беларусь, их аудитория, статистика посещаемости и другие показатели.
10. Инструменты и форматы работы PR-специалиста при использовании Интернета для коммуникации.
11. Инструменты социологических исследований в социальных медиа. Понимание целевой аудитории и подходы к ее анализу.
12. Специфика интранет-сайта. Основные формы активности в интранет-пространстве. Отличия интранет-сайта от традиционных внутренних СМИ.
13. Инструменты вовлечения участников сообщества.
14. Медийные способы продвижения в Интернете.
15. Основные метрики при анализе эффективности PR-специалиста.
16. Системы аналитики и мониторинга социальных медиа.
17. Использование в работе PR-специалиста контента, создаваемого пользователями
18. Рынок интернет-услуг в Беларуси.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Д/с «PR для организации»	Технологий коммуникации		
С/к «Технологии интернет-коммуникации»	Технологий коммуникации		
Мультимедийные технологии коммуникации	Технологий коммуникации		
Д/с «PR внутри организации»	Технологий коммуникации		

* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

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 технологий коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

к. филос. н., доцент _____ И.В. Сидорская
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

к. фил. н., доцент _____ С.В. Дубовик
(подпись)