|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Ф.И.О педагога | Алышева Татьяна Юрьевна |
| 2 | Название образовательной организации | ОГБУДО «Детский эколого-биологический центр» |
| 3 | Тема | «Имиджмейкинг и PR общественной организации» |
| 4 | Условия возникновения, становления практики | Образование молодежных общественных объединений стало для молодежи возможностью обратить внимание к своим интересам и проблемам, своими силами обеспечить свой досуг и занятость. Именно создание и поддержание молодежных организаций и движений позволит выявить ценностные ориентации молодежи, использовать жизнеспособность, предприимчивость, нестандартные подходы к решению как их проблем, так и построению будущего всего общества. Зачастую, участники организации, пытающиеся привлечь внимание потенциальных участников, не имеют точного представления о возможностях рекламных и PR-средствах в поддержании имиджа, специфике 4 проведения PR-акции, рекламных кампаний и не всегда владеют точными представлениями о собственных преимуществах и недостатках организации. При обучения учащиеся узнают как эффективно использовать социальные сети для продвижения, работать со СМИ, писать статьи и организовать работу команды, познакомятся с принципами имиджмейкинга, алгоритмом и инструментами формирования имиджа личности в профессиональной среде. Программа предусматривает использование сетевой формы реализации. Заключены договоры о двустороннем взаимодействии с региональным отделением ООГДЮО «Российское движение школьников», РИА «7 новостей», мастерской рекламы «Тесис». |
| 5 | Актуальность и перспективность практики | Актуальностьпрограммы обусловлена важностью медиаобразования, развития детской самодеятельной прессы, формирования правильной повестки дня у подрастающего поколения и развития системы детских муниципальных пресс-центров РДШ.  |
| 6 | Ведущая педагогическая идея | PR –это система информационно– аналитических и процедурно–технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта [Сегодня самым популярным средством взаимодействия с аудиторией являются социальные сети, которые, на сегодняшний день, предоставляют огромный спектр возможностей для эффективного продвижения. Социальные сети позволяют настроить таргетированную рекламу, позволяют получать быструю обратную связь и возможность быстро и качественно скорректировать PR-деятельность |
| 7 | Теоретическая база практики | Работа специалиста по PR связана с ежедневным решением творческих задач. Написание успешного пресс-релиза, интересного сценария специального мероприятия, разработка нетривиальной программы пресс-тура требуют креативного подхода. В условиях постоянно растущей конкуренции новостей и мероприятии все большую роль начинает играть способность PR-профессионалов творчески подходить к PR-обеспечению деятельности организаций.Все самые удачные идеи не рождаются мгновенно, а вырастают в процессе работы из нескольких мелких идей. Поэтому секрет креативности кроется не в гениальных способностях создавать глобальные идеи, а в умении генерировать мелкие идеи, которые впоследствии можно скомбинировать таким образом, чтобы получился отличный PR-проект.Использование ряд техник, которые позволяют развить творческое мышление и применять креативный подход для решения различного рода PR-задач, составляют базовую основу обучения имиджмейкингу. Игры и тренинги на построение команды обеспечивают сплочение учащихся, преодоление психологических барьеров в межличностном общении. |
| 8 | Новизна практики | Благодаря использованию технологий дистанционного обучения, члены муниципальных пресс-центров РДШ со всего региона смогут обмениваться опытом, систематически взаимодействовать, сотрудничать и реализовывать совместные журналистские проекты. Прослушать лекцию обучающиеся могут с компьютера или телефона в любое удобное для них время из любой точки, где есть интернет.  |
| 9 | Технология | **Цель**: Формирование системы начальных знаний, умений и навыков в области информационного сопровождения деятельности общественной организации, создание условий их реализации через практику в корпоративных СМИ, работу в соцсетях и взаимодействие с журналистами.**Задачи:***Обучающие*:- знакомство с принципами журналистской деятельности;- знакомство с основами деятельности детского пресс-центра общественной организации;- знакомство с особенностями работы детского пресс-центра в соцсетях;- формирование навыков журналистского мастерства и приобретение первичного профессионального опыта;*Воспитательные:*- формирование навыков совместной деятельности и диалогового общения;- воспитание культуры общения с миром средств массовой информации;- развитие интереса к приобретению новых знаний и навыков, саморазвитию, самопознанию, социализации и творчеству.- формирование навыка постановки цели и ее достижения;- формирования навыков управления временем и планирования;- формирование эстетического вкуса;*Развивающие:*- развитие способностей обучающегося выражать свои мысли;- развитие индивидуальных творческих способностей и навыков самообразования и самодисциплины;- развитие инициативы, самостоятельности, чувства ответственности;- развитие коммуникативных умений.**Формы и режим занятий****Основные методы обучения:**- вебинары,- интенсивы,- индивидуальные консультации,- создание журналистских и PR-материалов,- ведение групп во «ВКонтакте»,- практикумы на мероприятиях.**Используются следующие способы отслеживания результативности:**- наличие авторских материалов;- наличие дипломов за участие в конкурсах;- наличие портфолио (публикации, журналистские материалы, фотографии, презентации).  |
| 10 | Результативность | **Планируемые результаты:***Обучающиеся должны знать:*- специфику информационного сопровождения деятельности общественной организации,- передовые жанры современной печатной журналистики,- особенности работы в соцсетях,- методологию организации работы детского пресс-центра.*Обучающиеся должны уметь:*- ясно излагать свои мысли, - писать новости, эссе, рецензии и статьи,- брать интервью,- делать репортажи и сюжеты новостей,- записывать подкасты,- снимать и монтировать ролики,- создавать и вести корпоративные группы во «ВКонтакте».  |
| 11 | Адресная направленность | Дети 13-18 лет, члены информационного пресс-центра РДШ. |
| 13 | Приложения | Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Имиджмейкинг и PR общественной организации». |