|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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». |