Юлия Владимировна Таранова

Санкт-Петербургский государственный университет

j.taranova@spbu.ru

**Разработка коммуникационной стратегии: от брифа до проекта**

В рамках курса «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» преподавателями была применена интересная игровая методика, заслуживающая описания и дальнейшего применения.

Ключевые слова: коммуникация, стратегия, коммуникационная стратегия, компетенции

Игровые методы относят к имитационным методам активного обучения [3]. Специфика имитационных методов обучения «состоит в моделировании педагогом в учебном процессе различного рода отношений и освоении студентами сущности и социальной значимости своей будущей профессии на основе применения имитационно-игрового моделирования и включенности обучаемых по мере их профессионального продвижения в квазипрофессиональную деятельность, позволяющую формировать требуемые ФГОС ВО компетенции» [2]. Согласно классификации методов активного обучения для ВУЗа А. М. Смолкина, к игровым имитационным методам активного обучения относятся стажировка с выполнением должностной роли, имитационный тренинг, разыгрывание ролей (инсценировка), игровое проектирование и дидактическая игра [3]. В рамках дисциплины «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» была использована комбинация методов.

Обучающиеся были поделены на шесть небольших групп, каждая из которых была организована по модели коммуникационного агентства. В составе каждого такого «агентства» были предусмотрены позиции директора агентства, руководителя аналитического отдела, ответственного за медиарилейшнз, руководителя креативного направления, руководителя отдела цифровых коммуникаций и т.д. В течение семестра каждое из учебных агентств занималось разработкой коммуникационной стратегии согласно брифу одной из реально существующих компаний. Над проектом каждой из компаний работали по две команды независимо друг от друга. Так появилась возможность сравнить проекты между собой и предложить ещё больше креативных идей. Каждый проект получал три оценки – за аналитическую часть, за креатив и за планирование.

В ходе работы над проектами студентами были проведены анализ рынка, SWOT-анализ, PEST-анализ, конкурентный анализ, выявлены и описаны стейкхолдеры, определены параметры оценки эффективности. Разработаны коммуникативные интеграторы, предложены креативные решения. Разработаны тактические планы и коммуникационный инструментарий. Разработаны месседжи для каждой из обозначенных целевых аудиторий, выявлены оптимальные каналы коммуникации. Некоторыми из команд были также предложены концепции имиджевых видеороликов и квестов.

Таким образом, удалось сформировать у проходящих обучение такие компетенции, как способность к анализу и планированию коммуникационной стратегии; способность выявлять, анализировать тенденции развития коммуникационных систем и моделей, понимать и оценивать специфику коммуникационных процессов и др. Студенты освоили навыки работы в команде, разработки проекта по брифу компании-заказчика проекта, подготовки презентации и представления своего проекта профессиональной аудитории: на защите проекта присутствовали не только преподаватели курса, но и представители сферы бизнеса, над чьими проектами работали команды.

В соответствии с выводом Л. И. Корнеевой, «интерактивные методы обучения повышают способность обучающихся выявлять и структурировать проблемы, собирать и анализировать информацию, готовить, при необходимости, альтернативные решения и выбирать наиболее оптимальный вариант из ряда альтернатив, как в процессе индивидуальной работы, так и во взаимодействии с коллегами» [1].

Положительные отзывы, полученные как от студентов, так и от представителей компаний-заказчиков, отметивших заинтересованность и вовлеченность студентов, большое количество креативных и потенциально реализуемых идей, а также качественную визуализацию и представление проектов, позволяют считать предложенную методику успешной.

Литература

1. Корнеева Л. И. Современные интерактивные методы обучения в системе повышения квалификации руководящих кадров в Германии: зарубежный опыт / Л. И. Корнеева // Университетское управление: практика и анализ. - 2004. – № 4(32). С. 78-83.

2. Максимова Е. В., Бережных Е. А. Имитационные технологии в формировании коммуникативной компетенции студентов гуманитарного профиля // Педагогика и психология образования. 2019. №2. С. 62-70

3. Смолкин А. М. Методы активного обучения: Науч.-метод. пособие. М.: Высш. шк., 1991.