

Резолюция
Международной научно-практической конференции
«Актуальные вопросы подготовки специалистов в сфере связей
с общественностью и рекламы»
25 апреля 2014 года

Проанализировав материалы исследований и опыт практической деятельности по вопросам подготовки специалистов в сфере связей с общественностью и рекламы, участники Конференции – представители академического сообщества, практикующие специалисты в сфере связей с общественностью и рекламы – единогласно выработали следующие рекомендации:

1. продолжить дальнейшую интеграцию отечественного и зарубежного академического сообщества: приглашать зарубежных преподавателей проводить лекции, мастер-классы и консультации, совместно издавать научные и учебно-методические публикации, организовывать методические семинары по вопросам преподавания учебных дисциплин в сфере связей с общественностью и рекламы;
2. осуществить систематизацию и анализ отечественного и зарубежного опыта организации учебного процесса по подготовке специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью через издание совместной монографии;
3. развивать диалог преподавателей и специалистов в сфере рекламной и PR-коммуникации с целью повышения практикоориентированности при подготовке специалистов, корректировки образовательных программ в зависимости от реальных потребностей работодателей посредством совместной разработки учебных программ, организации мастер-классов и практикумов для студентов, чтения спецкурсов, организации филиалов кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ на базе рекламных и PR-организаций;
4. содействовать получению студентами специальности «Информация и коммуникация» профильных профессиональных знаний, умений и навыков посредством проведения серии мастер-классов, организованных представителями профессионального сообщества в течение учебного года, а также «выездных» мастер-классов в ведущих PR- и рекламных организациях;
5. совместными усилиями популяризировать имидж профессии специалиста по связям с общественностью и рекламной коммуникации как актуальной, востребованной в современном обществе, опирающейся на высокие этические стандарты;

6. при разработке учебных программ и учебно-методических пособий по рекламе и связям с общественностью учитывать приоритетность следующих позиций:
 - а. позиционирование связей с общественностью и рекламы как актуальных, востребованных, опирающихся на высокие этические стандарты видов информационно-коммуникационной деятельности, их стратегический характер и принципиальную несводимость к иным видам деятельности;
 - б. нацеленность на овладение студентами основными понятиями и принципами PR- и рекламной коммуникации, их теоретико-методологическими основами и современными тенденциями, базовыми навыками для разработки комплексного PR- и рекламного обеспечения современной организации;
 - с. необходимость тесного взаимодействия академического и прикладного подходов, обеспечивающих знакомство студентами не только с теоретико-методологической базой в области рекламы и связей с общественностью, но и с конкретными наработками, методами и инструментами рекламной и PR-коммуникации.
7. разработать, апробировать и внедрить в образовательную практику БГУ новые механизмы организации интеграции «университетское образование – практическая подготовка по специальности», в том числе инициировать работу по созданию банка методик преподавания общепрофессиональных и специальных дисциплин для студентов, обучающихся рекламе и связям с общественностью;
8. рекомендовать открытие на базе Института журналистики БГУ студенческих научно-практических кружков и лабораторий, создающих условия для овладения будущей специальностью в условиях, приближенных к реальным; поручать студентам-членам таких кружков/лабораторий выполнение практических заданий сторонних организаций на условиях оплаты;
9. инициировать создание механизмов индивидуальной поддержки талантливых студентов, обучающихся по специальности «Информация и коммуникация»;
10. организовать систему повышения квалификации для преподавателей дисциплин по рекламе и связям с общественностью на предприятиях и организациях через стажировки, привлечение к практической деятельности на взаимовыгодных условиях, спонсирование участия в конференциях, семинарах, тренингах;

11. рекомендовать открытие в Институте журналистики БГУ профильной магистратуры по направлению «Связи с общественностью» с целью предоставления полного цикла образовательных услуг: обучение на 1-й ступени, обучение на 2-й ступени, повышение квалификации и переподготовка;
12. распространить материалы конференции в сети Интернет.

Редакционная коллегия:

Дубовик Сергей Валентинович – директор Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент;

Громадских Наталья Владимировна – руководитель филиала кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета на базе IPR Беларусь, директор;

Костицын Роман Николаевич – управляющий партнер по развитию коммуникационного агентства «АРС Коммюникейшнз», преподаватель кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета;

Лебедева Елена Викторовна – доцент кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент;

Сидорская Ирина Владимировна – заведующий кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент;

Скороход Сергей Владимирович – руководитель портала Marketing.by;

Соколов Игорь Николаевич – главный редактор еженедельника «Аргументы и факты в Белоруссии», кандидат филологических наук;

Соколовский Иван Васильевич – руководитель филиала кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета на базе ГУ «Национальный пресс-центр Республики Беларусь», директор, кандидат исторических наук;

Соловьев Павел Леонидович – директор Медиацентра Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук.

