**Әл-Фараби атындағы қазақ ұлттық университеті**

**ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасы**

«Қазіргі баспасөз қызметі» пәні бойынша лабораториялық сабақтар тапсырмалары

*Зертханалық 1*. **Баспасөз қызметінің негізгі бағыттарын анықтау**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Баспасөз қызметінің жұмыс шекарасын сызыңыз.

2. Мемлекеттік, қоғамдық және бизнес - құрылымдардың баспасөзмен қарым-қатынасының ұйымдастыру формалары.

3. Баспасөз қызметінің құрамы.

4.БАҚ-пен қарым-қатынас орнатуға бағытталған іс-шаралардың типологиясы.

5. Медиа-карталарды жасау.

*Зертханалық 2*. **Баспасөз қызметі жүйесінің даму үрдісін көрсету**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Ақпараттық себептерді Мұқият таңдаудың рөлі туралы.

2. БАҚ-тың функционалдық деректер базасы.

3. Мақсатты аудиторияны анықтау.

4. Іс-шараның мақсаты, оның міндеттері, күтілетін нәтижесі.

5. Ықтимал тәуекелдер мен сыни сәттерді анықтау.

*Зертханалық 3*. **Қазақстандағы баспасөз қызметінің құрылымын зерттеу**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Ұйымдастыру-техникалық және шығармашылық мәселелерді шешу.

2. Баспасөз конференцияларын өткізу үшін ең жақсы уақыт пен ең жақсы күн.

3. Жедел және тұрақты баспасөз конференциялары.

4. Баспасөз конференциясының негізгі құрамдас бөліктері.

5. Құжаттар мен материалдардың ақпараттық пакеті.

*Зертханалық 4.* **Баспасөз қызметінің ақпаратты өңдеу және ұсыну тәсілдерін біріктіру**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Паблисити терминінің ең көп таралған екі мағынасы.

2. Журналистермен және блогерлермен кері байланысты ұйымдастыру.

3. Оң паблисити қалыптастыру.

4. Тиімділікті бағалау.

5. Жария тұлғаларға бедел құру.

*Зертханалық 5.* **Баспасөз қызметі қызметкерлерінің міндеттерін саралау**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Копирайтинг.

2. Рерайтинг.

3. Копирайтердің негізгі функциялары.

4. "Паблик рилейшнз" - ны экономикалық, саяси, құқықтық қызметке жүйелі түрде қосу.

5. PR-мәтіннің бірнеше нұсқасын жасаңыз.

*Зертханалық 6*. **Коммуникациялық жоспарлау принциптерін және "алтын сағат" ережесін жалпылау»**

*Ең жоғары балл: 9*

1. Басты тақырып немесе ұран.

2. Болашақ науқанның стратегиясы мен тактикасын әзірлеу.

3. Нақты акцияларды іріктеу кезіндегі негізгі фактор.

4. Мақсатты аудиториялар.

5. Ақпараттық демеушілерді таңдау.

*Зертханалық 7.* **Кешенді Жарияланымдар, сюжеттер мен шолуларды дайындау ерекшеліктерін анықтау**

*Ең жоғары балл: 10*

1. Жұртшылықпен жұмыс жасаудың екі негізгі деңгейі.

2. Ішкі қоғам.

3. Сыртқы жұртшылық.

4. Коммуникациялық процеске тарту дәрежесі бойынша мақсатты аудиториялардың жіктелуі.

5. Корпоративтік мәдениет ұғымына және оның құрамдас бөліктеріне әртүрлі тәсілдер.

*Зертханалық 8*. **Медиа PR жанрларын жалпылау**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Мемлекеттік PR.

2. Коммерциялық PR.

3. Өнеркәсіптік PR (түрлі өндірістер үшін).

4. Әлеуметтік саладағы PR.

5. Шоу-бизнесте, спорт пен туризмде PR.

*Зертханалық 9*. **Журналистермен кездесу ұйымдастыру жолдарын өзгерту**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Тұтынушылар (тұтынушылар) мақсатты топтар ретінде.

2. Ұйымның негізгі аудиториялармен байланысын қолдау технологиялары.

3. Джордж Гэллап зерттеу әдістері, Рассел Колли, Майкл Рей.

4. Рейтингтік жүйелер.

5. Coca Cola сыртқы PR компаниясының белгілі бір тұтынушыға бағдармен сызбасын дайындаңыз.

*Зертханалық 10.* **БАҚ арқылы имиджді қолдаудың маңызды элементтерін суреттеңіз**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Блогерлермен жұмыс.

2. Басылымға Жарияланымдар дайындау.

3. Имидждік сюжеттер.

4. Журналисттерге ұйым мамандарының қызықтыратын мәселелер бойынша түсініктемелер беру.

5. Кәсіпорын директорымен имидждік сұхбат үшін бес сұрақ дайындаңыз

*Зертханалық 11.* **Ұйым қызметіне назар аудару үшін техника жинағын дайындау**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Мақсатты топтардың қалаған жауабын жобалау.

2. Ақпараттық әсерлерге қабылдау және ден қою заңдылықтары.

3. Арнайы іс-шараларды құрудың әдістері мен мәні.

4. Манипулятивті технологиялар.

5. "Вирустық PR"пайдалану нұсқаларын сипаттаңыз.

*Зертханалық 12*. **Дағдарыс жағдайында баспасөз қызметінің жұмыс істеу ерекшеліктерін қарастырыңыз**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Агенттіктерді жіктеу.

2. Медиа-мониторинг және баспасөз клиппинг.

3. Медиа арналарда компанияны немесе брендті қадағалауға арналған құралдар мен платформалар.

4. Ақпараттық ортаны өлшеу индикаторлары.

5 . Бірнеше пиар агенттіктердің сипаттамасын дайындау.

*Зертханалық 13.* **Жарияланымдарға, сюжеттер мен блогтарға, көптілділікке арналған тіл мен стиль мүмкіндіктерін көрсету**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Фирманың бейнесін позициялау және оның Технологиялық іске асырылуы.

2. Ұйымдастыру ұқсастығы ұғымы.

3. Фирмалық стильдің негізгі константалары, олардың функциялары.

4. Ұйымның миссиясымен корпоративтік бірегейліктің өзара байланысы,

Бизнестің табиғаты.

5. Компанияның имиджіне қандай сыртқы факторлар және қалай әсер ететінін көрсетіңіз.

*Зертханалық 14*. **Маркетинг емес ақпаратты, корпоративтік ақпараттық қорғау тәсілдерін анықтаңыз**

*Ең жоғары балл: 8*

1.Ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді акцияларды талдау.

2. Зерттеудің негізгі мақсаттары.

3.Контент-талдау.

4. Медиариллейшенз бағалау негізінде жоспарлау.

5. Базалар мен мұрағаттарды құру.

*Зертханалық 15*. **Ақпараттық аудиттің маңыздылығын анықтаңыз**

*Ең жоғары балл: 8*

1. Баспасөз қызметінің сставы.

2. Ақпараттық аудит.

3.Консалтингтік талдаудың негізгі бағыттары.

4. Баспасөз хатшысының функциялары.

5. Баспасөз қызметінің қысқаша жұмыс жоспарын жасаңыз***.***

**Зертханалық жұмыстарға әдістемелік нұсқаулар**

**Мақсаты:** студенттердің қазіргі баспасөз қызметтерінің тәжірибесінде кең тараған іс-әрекет тәсілдері мен тәсілдерін, баспасөз хатшысы қызметін, журналистермен ынтымақтастықты практикалық игеру:

**Міндеттер:**

а) ұйымда жұртшылықпен байланыстың базалық негіздерін зерттеу критерийлерін белгілеу;

б) ақпараттық материалдармен жұмыс істеу;

в) журналистер үшін іс-шараларды ұйымдастыра білу.

**Зертханалық жұмыс жоспары**

Негізгі және қосымша әдебиеттермен танысып, Зертханалық жұмыстардың тақырыптарын дайындау үшін оқулықтарды, интернетті пайдаланыңыз.

Теориялық материалдарды безендіру үшін отандық және шетелдік тәжірибелердің жарқын мысалдарын пайдаланыңыз.

Нақты тақырыптарды талдау нәтижелерін презентация түрінде 5 минутқа дейін ұсынуға болады.

Жауаптарда PR-қызметтің негізгі бағыттары бойынша гипотезалар мен эксперименттерді қолдануға болады.

***Лабораториялық сабақты бағалау***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Тақырыптары | Балл |
| 1. | Баспасөз қызметінің негізгі бағыттарын анықтау. | 9 |
| 2. | Баспасөз қызметі жүйесінің даму үрдісін көрсету. | 9 |
| 3. | Қазақстандағы баспасөз қызметінің құрылымын зерттеу. | 9 |
| 4. | Баспасөз қызметінің ақпаратты өңдеу және ұсынуда тәсілдерін біріктіру. | 9 |
| 5. | Баспасөз қызметі қызметкерлерінің міндеттерін саралау. | 9 |
| 6. | Коммуникациялық жоспарлау принциптерін және "алтын сағат" ережесін жалпылау. | 9 |
| 7. | Кешенді Жарияланымдар, сюжеттер мен шолуларды дайындау ерекшеліктерін анықтау. | 10 |
| 8. | Медиа PR жанрларын жалпылау. | 8 |
| 9. | Журналистермен кездесу ұйымдастыру жолдарын өзгертіңіз. | 8 |
| 10. | БАҚ арқылы имиджді қолдаудың маңызды элементтерін суреттеңіз. | 8 |
| 11. | Ұйым қызметіне назар аудару үшін техникаларды дайындау . | 8 |
| 12. | Дағдарыс жағдайында баспасөз қызметінің жұмыс ерекшеліктерін қарастырыңыз. | 8 |
| 13. | Басылымдарға, сюжеттер мен блогтарға, көптілділікке арналған тіл мен стиль мүмкіндіктерін көрсету. | 8 |
| 14. | Маркетингтік емес ақпаратты, корпоративтік ақпараттық қорғау тәсілдерін анықтаңыз. | 8 |
| 15. | Ақпараттық аудиттің маңыздылығын анықтаңыз. | 8 |

**ӘДЕБИЕТТЕР**

**Негізгі:**

1. Ахметова Л.С. Пресс-релиз. Пресс-конференция. Опыт работы. - А., 2013. 2. Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. - М., 2012.

3. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. - М., 2019.

# 4. Гнетев А.И. Современная пресс-служба. - Рн/Д., 2010.

# 5.Горохов В.М. Связи с общественностью. - М., 2017.

6. Кочеткова А.В., Тарасов А.С. Современная пресс-служба. - М., 2009.

7. Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации. - М., 2016.

8. Мирошниченко А.А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. - М., 2012.

# 9. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста. - М., 2017.

10. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании. - М., 2016.

**Қосымша:**

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. - М., 2014.

2. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. - СПб., 2018.

# 3. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. - М., 2014

4. Четвериков Н.В. Современная пресс-служба. - М., 2015.

5. Варакута С.А. Связи с общественностью. - М., 2014.

# 6. Гринберг Т.Э. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии. - М., 2013.

7. Лашкова Е.Г. Организация и проведения коммуникационных компаний. - М., 2014.

8. Ноздренко А.А., Карлова О.А., Пантелеева И.А., Карлов И.А. Теория и практика креативной деятельности. - Красноярск, 2012.

9. Папкова О.В. Связи с общественностью. - М., 2010.

10. Старикова Ю.А. Связи с общественностью (паблик рилейшнз). - СПб., 2010.

# 11. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. - М., 2014.

12. Умарова. PR в реальном времени. М., 2017.

13. PR и СМИ в Казахстане. - А., 2001-2018.

14. Советник. - М., 2001-2018.

15. Пресс-служба. М., 2010-2018.