**Дәріс 14**

**Ғылыми-зерттеу және жаңалықтар жанрында PR ақпараттық материалдарын жазудың заманауи тенденциялары**

«PR-ақпараттық материалдарды жазудың заманауи тенденциялары» тақырыбы қазіргі әлемдегі қоғамдық қатынастарды құру тәсілдерінің эволюциясын көрсетеді. Бұл тенденцияларға мыналар жатады:

*Құндылығы бар әңгімелер:* Енді жарнамалық материал емес, құнды ақпарат беретін немесе аудитория үшін мәселелерді шешетін әңгімелерді жасауға баса назар аударылады.

*Мультиплатформа:* Мазмұн әлеуметтік медиа, блогтар, веб-сайттар және бейне мазмұнды қоса алғанда, бірнеше медиа платформаларды қолдауға арналған.

*Жеке әңгімелер:* Брендтің немесе оның өкілдерінің жеке әңгімелерін қосу аудиториямен эмоционалды байланыс орнатуға көмектеседі.

*Көрнекі мазмұн:* графиканы, фотосуреттерді және бейнелерді пайдалану мазмұнды тартымды етеді және аудиторияның көрнекі қажеттіліктерін қанағаттандырады.

*Тәжірибе және бедел:* тәжірибесі мен беделі дәлелденген материалдарды жылжыту аудиторияда сенім тудырады.

*Интерактивтілік және қатысу:* Заманауи материалдар аудиторияны сауалнамалар, түсініктемелер және өзара әрекеттесудің басқа түрлері арқылы тартуға тырысады.

**Тапсырмалар.**

1. *Әлеуметтік жауапкершілік:* тренд сәйкес құндылықтары бар аудиторияны тарта алатын материалдарда брендтің әлеуметтік жауапкершілігін атап көрсетуді қамтыңыз.

2. *Технологиялық инновация:* материалдарды тиімдірек жасау және тарату үшін жасанды интеллект сияқты заманауи технологияларды қабылдау.

3. *Локализация және жаһандану*: өзектілігін арттыру үшін мазмұнды әртүрлі аймақтар мен мәдениеттерге бейімдеу.

4. *Аналитика және оңтайландыру:* материалдардың тиімділігін өлшеу үшін аналитикаға назар аударыңыз, содан кейін жақсы нәтижелерге қол жеткізу үшін оларды оңтайландырыңыз.

**Әдебиеттер:**

**Негізгі**:

1. Асланов Т. PR-тексты. Как зацепить читателя ООО Издательство «Питер»,2017 © Серия «Маркетинг для профессионалов», 2017
2. Миллер Д. Метод StoryBrand / Д. Миллер — «Альпина Диджитал», 2017
3. Чумиков А. Н*.* Кейсы и деловые игры по связям с общественностью. М.: Кнорус, 2010. 152 с.
4. Балахонская, Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление / Л. В. Бала- хонская. — СПб.: Свое издательство, 2015. — 198 с.
5. Интернет-технологиив связях с общественностью: Учеб. пос. / Под ред. И. А. Быкова, О. Г. Филатовой. СПб.: Роза мира, 2010. С. 107– 120.

**Зерттеу инфрақұрылымы**

1. Студенттік пресс орталық, (ауд. 201а).,
2. Медиа и коммуникация орталығы ( ауд. 221).

**Интернет-ресурстар**

1. Il’ia Bykov, Aleksandr Hradziushka, Galiya Ibrayeva

# Instant Messaging for Journalists and PR-Practitioners: A Study of Four Countries <https://doi.org/10.1007/978-3-030-01437-7_20>· Internet Science Lecture Notes in Computer Science, 2018, p. 257-269: Springer International Publishing

1. *Nielsen J.* How users read on the Web [1997] // Nielsen Norman Group. URL: http://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/.
2. *Smith D. R.* Becoming a Public Relations Writer: A Writing Workbook for Emerging and Established Media. New York, 2012. 155 p. <https://www.researchgate.net/publication/254589147_Becoming_a_Public_Relations_Writer_A_Writing_Workbook_for_Emerging_and_Established_Media>
3. Савруцкая Е.П. Связи с общественностью. Вводный курс: Учебник для высших учебных заведений. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2009. - 203 с.<https://studfile.net/preview/5850678/>
4. *Кузьменкова М. А.* Связи с общественностью: гражданский диалог: Учеб. пос. М.: Изд-во МГУ, 2010. 288 с. http://www.mediascope.ru/node/708