

**Задания и методические рекомендации
для лабораторных и практических (семинарских) занятий**

Лабораторное занятие № 1. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 1.

Используя энциклопедии и словари по Изобразительному искусству и дизайну проработать профессиональную терминологию (Дизайн-студия, имидж, бренд, связи с общественностью, репутация, реклама-технология, позиционирование и т.д.).

Лабораторное занятие № 2. Максимальный балл – 5

Опрос по теме № 2.

Подготовить сообщение на тему: «дизайн как необходимая практика имиджелогии»

Лабораторное занятие № 3. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 3.

2) Подготовить выборку из публикаций в казахстанских газетах и журналах о проблемах формирования отечественного дизайна.

Лабораторное занятие № 4. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 4.

2) Подготовить рефераты по темам, предложенным преподавателем:

1. Приоритетные направления в конструировании имиджа.

2. Опыт генезиса и трансформации современных западных технологий конструирования образа страны.

Лабораторное занятие № 5. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 5.

2) Подготовить сообщение на тему «Специфика развития казахстанского дизайна». Подобрать в СМИ публикацию на тему. Показать на конкретных примерах дизайн- проекты.

Лабораторное занятие № 6. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 6.

2) Подобрать из газетных публикаций материалы отражающие:

-взаимоотношения субъектов информационной среды стран Азии и Европы в условиях глобализации;

-использование дизайн-технологий при установлении международных связей.

Лабораторное занятие № 7. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 7.

2) По материалам СМИ самостоятельно провести выборку и анализ имиджа стран ближнего и дальнего зарубежья (на выбор).

балл – 5

1) Опрос по теме № 8.

2) Подготовить концептуальное проектирование и стратегическое планирование кампании по

Лабораторное занятие № 8. Максимальный страновому позиционированию.

Лабораторное занятие № 9. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 9.

2) Подготовиться к проведению самостоятельного исследования брендовых акций казахстанских предприятий: методы, разработка методики, исследование аудитории.

Лабораторное занятие № 10. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 10.

2) Сделайте подборку фотографий известных людей (политиков) из деловых газет и журналов. В каком контексте показаны персоны? Какую дополнительную информацию дает визуальный ряд?

Лабораторное занятие № 11. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 11.

2) Подготовьте краткий текст выступления ответственного работника фирмы в связи с «нештатной ситуацией» (резким падением курса акций; визитом налоговой полиции в офис фирмы; скандалом вокруг забраковки партии выпускаемых или реализуемых фирмой товаров и т.п.).

Лабораторное занятие № 12. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 12.

2) Напишите пресс-релиз по важному для вашей фирмы вопросу.

Охарактеризуйте структуру, докажите, что он имеет новостную значимость

3) Какой повод может явиться основанием для созыва пресс-конференции?

Лабораторное занятие № 13. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 13.

2) Проанализируйте материалы об открытии крупного супермаркета в газетах «Караван», «ЭкспрессК», «Время», «Вечерний Алматы» и др.

Лабораторное занятие № 14. Максимальный балл – 5

1) Опрос по теме № 14.

2) На конкретных примерах покажите общие характеристики и отличительные признаки рекламы и PR.

3) Назовите конкретные примеры фирм, компаний, их руководителей, «раскрученных» средствами рекламных агентств.

Лабораторное занятие № 15. Максимальный балл – 5

- 1) Опрос по теме № 15.
- 2) Соберите материал для новостей о вашей фирме. Предложите варианты продолжения интересующей фирму темы в прессе.
- 3) Придумайте новостной повод и составьте пресс-релиз для сообщения в СМИ .

Методические указания к лабораторным работам

Цель: освоить методы анализа и применения методов менеджмента и маркетинга в современных коммуникациях на основе предметной характеристики различных видов дизайн-проектов с учетом применения предметных компетенций.

Задачи:

- а) выделить критерии изучения различных типов управления и использования форм контроля в связях с общественностью;
- б) провести аналитическое обозрение PR-акций, находя элементы использования изучаемого курса;
- в) составить предметно-тематические карточки систем управления и улучшения.

План лабораторной работы

Выберите конкретную Дизайн-компанию или акцию, подготовьте для лабораторной оценки несколько параметров оценки по ней.

Составьте перечень критериев оценки предметно-тематического характера менеджмента и маркетинга в СК.

Проанализируйте сложные и простые акции в соответствии с критериями. По каждому материалу заполните таблицы, составьте диаграммы.

Результаты анализа конкретных можно представлять в виде презентаций до 5 минут. Повышенное внимание рекомендуется обратить на ценность казахстанских практик по менеджменту и маркетингу, а также на разнообразие систем их применения, которые дают возможность выбора наиболее приемлемых для работы в PR.