

Факультет «Цифровых трансформаций»

Кафедра «Медиакоммуникации и истории Казахстана»



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по АиВД АО МУИТ

PhD

Т.Умаров

«22»

08

2020 г

## Рабочая учебная программа (Силлабус)

Дисциплина: ST PR 3216 Современные технологии PR

Специальность

/группа образовательных программ: 6В032 журналистика и информация

Образовательная программа:

6В03202 Цифровая журналистика

6В03203 Международная журналистика и интернет-безопасность

6В03204 Телерадиожурналистика

Курс: 3 семестр: 6 количество кредитов: 4

Лекции – 15 часов

Практические занятия – 15 часов

Лабораторные занятия – 15 часов

Самостоятельная работа – 75 часов

Всего – 120 часов

Форма контроля: экзамен

Алматы 2020

АО «МУИТ»

Рабочая учебная программа (Силлабус) дисциплины Современные технологии PR

Рабочая учебная программа (Syllabus) обсуждена на заседании кафедры «Медиакоммуникации и истории Казахстана»

Протокол № 1 от «24» \_\_\_\_\_ 08 \_\_\_\_\_ 2020 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Ниязгулова А.А.

Составитель:



Мельник Г.С.

Рабочая учебная программа утверждена на заседании УМС АО «МУИТ»

Протокол № 1 от «28» \_\_\_\_\_ 08 \_\_\_\_\_ 2020 г.

Директор департамента по ПО



Г. Бектемысова



F-75, Рабочая учебная программа дисциплины (Syllabus)

F-75, Рабочая учебная программа дисциплины (Syllabus)

# SYLLABUS

## Современные технологии PR

<b>1. Основная информация</b>	
Факультет	Информационные технологии
Шифр и название специальности /группа образовательных программ	6B03202 Цифровая журналистика 6B03203 Международная журналистика и интернет-безопасность 6B03204 Телерадиожурналистика
Шифр и название образовательной программы	6B032 журналистика и информация
Курс, семестр	3, 6
Цикл дисциплины	Базовые
Количество кредитов (по ECTS)	4
Пререквизиты:	Введение в журналистику, Навыки написания аналитических материалов
Постреквизиты:	
Лектор	Мельник Г.С., профессор, д.п.н. <a href="mailto:melnik.gs@gmail.com">melnik.gs@gmail.com</a> четверг 10.00-17.00 watsap +
Преподаватели, ведущие занятия	Мельник Г.С., профессор, д.п.н. <a href="mailto:melnik.gs@gmail.com">melnik.gs@gmail.com</a> четверг 10.00-17.00 watsap +
<b>2. Цели, задачи и результаты обучения дисциплине</b>	
<p>Цель курса: <i>изучение</i> понятий теории и практики связей с общественностью, методов и функций теории и практики СО; основ планирования и организации управленческой деятельности в связях с общественностью, принципов построения и функционирования отделов по связям с общественностью и пресс-служб, роль служб связей с общественностью в формировании общественного мнения; <i>овладение</i> навыками информационного и устроительного PR, освоение технологий PR и умение использовать их в практике работы с разными сегментами общества. В процессе обучения студенты овладевают знаниями об оптимальной работе со властными, общественными и коммерческими структурами; использовании технологии в сфере media relations, government relations, affairs relations, а также в области Event-маркетинга и Event-менеджмент; постигают сущность и особенности имиджмейкинга и «консалтинга» в PR; приобретают навыки антикризисного менеджера, умеющего работать в off-line и on-line среде; получают знания о современных трендах и технологиях воздействия.</p> <p>В программе обучения – практические и лекционные занятия, раскрывающие специфику создания и использования технологий в сфере связей с общественностью, объясняющие, законы организации работ с разными сегментами общественности</p> <p>Изучаемые инструменты PR и программы позволят создавать эффективные технологии продвижения имиджей, брендов организаций, установления гармоничных отношений с общественностью. Студенты овладеют знаниями организации специальных мероприятий и текстопостроения в информационном PR, научатся создавать первичные тексты в разных жанрах, использовать знания также в курсовых, выпускных квалификационных работах.</p> <p>Содержательная и методическая специфика данного курса связана с ориентацией на практические занятия. Курс предполагает в группе активное участие в обсуждении, анализе</p>	

результатов творческой деятельности студентов.

Рабочая программа дисциплины «Современные технологии PR», ее учебно-методическое, материально-техническое обеспечение (содержание дисциплины по темам, список рекомендуемой литературы, темы рефератов) составлены в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки специалиста по циклу факультативных дисциплин государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности

Задачи курса:

- овладение знаниями из сферы управления коммуникационными процессами;
- приобретение навыков поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации социальной информации, а также написания и оформления устных и письменных PR-текстов;
- овладение технологиями проведения специальных событий, акций;
- изучение опыта инновационной деятельности в системе связей с общественностью

В результате изучения курса студенты должны

Знать:

- специфику подготовки PR-текстов для различных типов СМИ;

Уметь:

- находить информационный подвод для публикаций медатекстов, работать с разными ньюсмейкерами;
- осуществлять информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

Владеть:

- технологиями сбора и обработки материалов для СМИ, навыками работы с информацией;
- технологиями продвижения проектор организации;
- навыками планирования и организации специальных мероприятий в государственных и коммерческих организациях
- навыками работы в отделе по связям с общественностью политической партии, общественной организации, органа государственной власти

В результате изучения курса студенты:

получат знания о том, как находить креативные идеи для разработки и продвижения проектов и пользоваться инструментами воздействия на целевые аудитории.

Приобретут компетенции: по поиску, фильтрации, анализу, обработке данных для оформления полученного материала в PR-тексты.

### **3. Описание дисциплины**

В результате изучения курса студенты должны

Знать:

- специфику подготовки PR-текстов для различных типов СМИ;

Уметь:

- находить информационный подвод для публикаций медатекстов, работать с разными ньюсмейкерами;
- осуществлять информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

Владеть:

- технологиями сбора и обработки материалов для СМИ, навыками работы с информацией;
- навыками планирования и организации специальных мероприятий в государственных и коммерческих организациях

– навыками работы в отделе по связям с общественностью политической партии, общественной организации, органа государственной власти.

Удачная и своевременная коммуникация вне и внутри организации может не только помочь успеху деятельности, но и позволит привлечь к организации внимание большего количества людей и распространить идею среди широкой общественности. Это все в результате поможет добиться реальных результатов, как в нынешних, так и в дальнейших проектах компании. Эффективная коммуникация – это постановка конкретных задач и их выполнение. В условиях пандемии мероприятия PR позволят спасти предприятие. Дисциплина ориентирована на обучение практическим навыкам работы будущих специалистов в PR-отделах департаментов и пресс-службах.

#### 4. Политика курса

Положения 2020-2021 уч.г.: в связи с ситуацией пандемии COVID-19, внедрено онлайн-обучение, при котором студент имеет возможность пользоваться онлайн-курсами, указанными в списке литературы; проходить теоретическое обучение с использованием обучающих сервисов и платформ Teams, Zoom, DL ИТУ организованы онлайн в соответствии с расписанием. При проблеме с доступом в интернет или при других технических проблемах могут быть организованы индивидуальные занятия по удобному для студентов времени. При этом общие требования для выполнения заданий текущего контроля, рубежного контроля и доступа к экзамену сохраняются. Все задания, презентации и материалы занятий представлены в <https://dl.iitu.kz/>

Общие положения политики курса. Каждый студент имеет возможность получить дополнительную консультацию, остаться на дополнительное занятие, для этого на кафедре предусмотрен График текущих консультаций и дополнительных занятий. Консультации проводятся как для отстающих обучающихся, так и для тех, кто желает более углубленно изучить тему или предмет. Предусмотрены дополнительные задания и темы, которые могут быть изучены в рамках дополнительных заданий и занятий.

Для студентов с особыми образовательными потребностями возможно составление индивидуального расписания и проведение индивидуальных занятий.

В конце семестра предусмотрен **экзамен**. К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие программу обучения по данной дисциплине. Итоговые оценки на экзамене выставляются с учетом баллов рубежного контроля и текущей успеваемости по формуле итогового рейтинга. Экзамен проводится в устной или проектной форме. Если пропуск занятий составляет больше 20%, то студент автоматически выходит на летний семестр. Контроль посещаемости и выполнения заданий ведется в электронном журнале <https://dl.iitu.kz/> Более подробно о политике накопления баллов и рубежном контроле смотрите в Методических указаниях по подготовке заданий и контролю успеваемости. (Материалы DL) Расчет недельного балла приведен в системе и критериях оценки.

Для всех студентов обязательным является выполнение требований:

Обязательное посещение аудиторных занятий, активное участие в обсуждении вопросов, предварительная подготовка к лекциям и практическим занятиям по основной и дополнительной литературе, учебно-методическим пособиям, качественное и своевременное выполнение заданий СРС, участие во всех видах контроля (текущий контроль, контроль СРС, рубежный контроль, итоговый контроль).

Пропуски занятий должны отрабатываться в обязательном порядке. Отработка принимается в виде письменных работ, устного опроса по пройденным темам. Если студент, присутствуя на занятиях, не принимает участия в учебном процессе, то это влияет на итоговую оценку, снижая ее. Активное участие на занятиях повышает рейтинг, пассивное – уменьшает. В течение семестра дважды будет проводиться рубежный контроль. Подготовка будет проверяться опросами. Задания должны выполняться к установленному времени. Необходимо обратить внимание студентов на задания в рамках самостоятельной работы

(СРС), выполнение этих заданий должно помочь им в усвоении курса, приобрести профессиональные навыки, расширить профессиональный кругозор. Если в силу каких-либо причин студент отсутствовал во время проведения текущего контрольного мероприятия, ему предоставляется возможность пройти его в начале следующего занятия, в противном случае он получает «0» баллов.

## 5. Литература

Основная литература:

1. Конституция РК, Закон О СМИ РК
2. Азарова Л.В., Виноградова К.Е., Гаркуша В.Н. Организация коммуникационных кампаний: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2016. 70 с.
3. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник для вузов / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина.
4. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.Ю. Чимаров, Л.Е. Востряков. Часть II: Технологии, практические методы и приемы работы в сфере связей с общественностью. СПб. : Издательство СЗИУ РАНХиГС, 2012. 355 с. СПб.: Изд-во РАНХиГС, 2012. PDF
5. Чимаров С.Ю., Ястребова Е.Ю. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С.Ю. Чимаров, Е.Ю. Ястребова. СПб.: Издательство СЗИУ РАНХиГС, 2012. Часть 1: Исторические и профессионально-этические основы PR. — 222 с.
6. Чумиков, А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: учеб.-практич. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. 721 с.

Дополнительная литература:

7. Вылежанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учеб. пособие / Д.А. Вылежанин. – М.: Флинта, 2008. – 376 с.
8. Бочкин А. PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ.
9. Гаунов М. Корпоративный имидж / Международный пресс-клуб. – Электр. ресурс. – Режим доступа: [http://www.pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/2011](http://www.pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/2011).
10. Гундарин, М.В. Книга руководителя отдела PR. - СПб.: Питер, 2009. - 368 с.
11. Зубакин А. Создание имиджа руководителя как элемент PR организации / Международный пресс-клуб. – Электр. ресурс. – Режим доступа: [http://www.pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/2010](http://www.pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/2010).
12. Джани Катафами: "Произошло смещение фокуса с бренда на сообщество пользователей"// Пресс служба. <http://press-service.ru/article/231/>
13. Имидж России: город, регион, страна: материалы научной конференции кафедры российской политики факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова 1 ноября 2011 г. / под ред. И. А. Василенко. М. : Издатель Воробьев А. В., 2011. 124 с.
14. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов. – М.: Аспект Пресс, 2008. С.79-87.
15. Кочеткова, А. В., Филиппов, В. Н., Скворцов, Я. Л., Тарасов, А.С. Теория и практика связей с общественностью.- СПб.: Питер, 2010.
16. Лень Н., Самухина И. Возможности PR - деятельности в Internet/ Международный пресс-клуб. – Электр. ресурс. Режим доступа: [http://www.pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/earlier/printernet.shtml](http://www.pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/earlier/printernet.shtml).
17. Мещеряков Т. Бренд территории как символический капитал [Электронный ресурс] /Т. Мещеряков. Режим доступа:

<http://evgenysolomin.livejournal.com/203674>.

18. Фуллер П. Искусство подачи информации: Привлечение журналистов / пер. Е.Виноградовой / Электр. ресурс. – Режим доступа: [http://www.pr-club.com/pr\\_lib/pr\\_raboty/earlier/vinogradova.shtml](http://www.pr-club.com/pr_lib/pr_raboty/earlier/vinogradova.shtml). Дата обращения: 01.09.2011.
19. Черненко Ю. А. Сторителлинг в политическом пиар и журналистике: механизмы и эффекты блуждающей сюжетики / Ю. А. Черненко // МедиаАльманах. 2016. № 4. С. 21–30.
20. Phillips A. A Creator’s Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms [Electronic resource] / A. Phillips. Mode of access: <https://www.mheducation.ca/professional/products/0071791523>.

#### Интернет ресурсы:

1. <https://holanews.kz/>
2. <https://jrnlst.ru/club-of-young-journalists>
3. <https://abai.kz/>
4. <https://massaget.kz/>
5. [www.pr-life.ru](http://www.pr-life.ru)
6. [www.prschik.com](http://www.prschik.com)
7. [www.pr-info.ru](http://www.pr-info.ru)
8. [www.raso.ru](http://www.raso.ru)

#### Видео лекции

1. <https://www.youtube.com/watch?v=Ha8PW2LmT0w>-(Гражданская журналистика)

### 6. Календарно-тематический план

Неделя/ даты	Тематика курса	Лекции (1 ч/н)	Практ/семин. (1 ч/н)	Лаборатор. (1 ч/н)	СРСИ (ч/н)	СРС (ч/н)
1	Методы и функции теории и практики связей с общественностью	1	1	1	1	4
2	Характеристики основных каналов выхода на различные аудитории, документов и рабочих мероприятий в связях с общественностью.	1	1	1	1	4

3	Принципы построения и функционирования отделов по связям с общественностью и пресс-служб	1	1	1	1	4
4	Event-маркетинг и Event-менеджмент: сущность и особенности организации	1	1	1	1	4
5	Направления деятельности PR (специфика работы специалиста по связям с общественностью в сфере гостеприимства; туризма; театральной и концертной деятельности; политики, спорта, финансов)	1	1	1	1	4
6	Media relations: принципы, направления, формы работы со СМИ affairs relations	1	1	1	1	4
7	Government relations: принципы, направления, формы работы с властными структурами	1	1	1	1	4
8	Проверка навыков работы с технологией mediarelations. Разработка медиакмпании	1	1	1	1	4
9	Управление кризисными ситуациями (crisis management). Найти и проанализировать примеры эффективной спин-деятельности.	1	1	1	1	4
10	Создание концепции продвижения бренда. Разработка и реализация информационной и коммуникационной стратегии	1	1	1	1	4
11	Ньюсмейкинг в паблик рилейшнз	1	1	1	1	4
12	Кризисный PR в off-line и on-line среде: (современные тренды и технологии).	1	1	1	1	4
13	Сетевые платформы как инструмент продвижения СМИ	1	1	1	1	4
14	Подготовка контент-плана и ведение социальных сетей, заполнение и продвижение сайтов	1	1	1	1	4
15	Разбор кейсов. Рубежный контроль, сдача проектов	1	1	1	1	4
<b>Итого часов:</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>60</b>

#### 7. Перечень заданий для самостоятельной работы студентов

№ п/п	Задания (темы) для самостоятельной работы	Кол-во часов	Форма отчетности
1	2	3	5
1	Обзор журнала «Пресс-служба»	2	Письменная работа - анализ проблемно-тематического диапазона профессионального журнала (апрель-сентябрь 2020)
2	Копирайтинг (базовые PR-документы в работе)	3	Обсуждение пресс-



	со СМИ все виды PR-текстов: приглашение на мероприятие, заявление первого лица организации, пресс-релиз, интервью, годовой отчет, информационное письмо, факт-лист и др.). Подготовить образцы жанров PR		релизов, заявлений для прессы руководителей государственных организаций, политических лидеров и приглашений на мероприятий, подготовленных обучающимися
3	Подготовить буклет МУИТ	4	Обсуждение подготовленных буклетов
4	Новейшие методики, тенденции и технологии в области связей с общественностью	5	Конспект научных статей из журналов:
5	Написать биографию руководителя организации	5	Осуждение в группе текста биографии
6	Управление кризисными ситуациями (crisis management). Найти и проанализировать примеры эффективной спин-деятельности.	5	Представление досье <i>Задание выполнить письменно, приложить сканы из СМИ с указанием источника и даты выхода</i>
7	Подготовить сообщение с презентацией Современные стратегические коммуникации и технологии PR в сфере/отрасли (по выбору студента) (возможные отрасли: Hi-Tech; Communications; Биомедицина; Health&Beauty; Углеводородная энергетика; Атомная энергетика; Ресурсосбережение; Финансы (Investor Relations & Financial Communications); Спорт). Отрасль по выбору студента.	5	Просмотр презентаций и обсуждение
8	Новые исследования в управлении связями с общественностью	6	Реферат научных источников (СМИ, Радио, Интернет)
9	Фирменный стиль: как создать лицо фирмы (на примере МУИТ)	6	Обсуждение в группе компонентов фирменного стиля учебных заведений Казахстана и МУИТ. Индивидуальные презентации кейсов
10	Обзор практики внутрикорпоративных PR	7	Обзоры профессиональных журналов или корпоративной прессы конкретного учреждения или

			организации (на выбор)
11	Подготовка пресс-кита мероприятия МУИТ для журналистов (тематика на выбор студентов)	6	Письменная работа-подготовка PR-текстов для конкретного мероприятия.
12	Особенности медиарилейшнз. Специфика медиапланирования.	6	Представление материалов
13	Разработать и представить коллективный проект и план его информационного сопровождения (тематика предлагается студенческими мини-группами). Приоритете - проекты по продвижению подразделений МУИТ. <i>Обосновать выбор целевой аудитории, концепцию продвижения, выбор социальных сетей для продвижения.</i>	5	Презентация проектов
14	Информационные атаки и репутационные риски кампании	5	Дискуссия, обсуждение кейса, предложенного преподавателям
15	Имидж в системе связей с общественностью.	5	Защита презентации Имидж политика (на выбор) Представление материалов.
	Итого	75	

## 7. Перечень тем/заданий для лабораторных занятий

№ п/п	Наименование темы	Кол-во часов	Форма отчетности	Срок сдачи
1	2	3	5	6
1	Подготовка текста приглашения на мероприятие	2	Обсуждение написанных в аудитории текстов	1-2 неделя
2	Подготовка текста Заявления от первого лица (повод - информационная атака)	2	Обсуждение подготовленных материалов	3-4 неделя
3	Подготовка пресс-релиза к мероприятию	2	Обсуждение подготовленных PR - текстов	5-6 неделя
4	Подготовка by liner	2	Обсуждение подготовленных	7-8 неделя

			материалов	
5	Виртуальная пресс-конференция в Интернете	2	Деловая игра: организация, проведение, обсуждение	9-10 неделя
6	Создание контент-плана к продвижению организации (или лидера)	2	Подготовка образцов контент-планов продвижения товаров и услуг	11-12 неделя
7	Подготовка материалов для проекта	2	Экспертиза проектов материалов	13-14 неделя
8	тестирование	1	Изучение методической литературы	15 неделя
	Итого	15		

#### 8. Перечень тем/заданий для практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Кол-во часов	Форма отчетности	Срок сдачи
1	2	3	5	6
1	Организация PR-кампании	2	Обзор примеров успешных PR-кампаний	1-2 неделя
2	Подготовка background на основе исходных материалов, предложенных преподавателем	2	Обсуждение бэкграундеров студентов	3-4 неделя
3	Подготовка сценария проведения Дня первокурсника	2	Презентация сценария	5-6 неделя
4	Работа над созданием имиджевой продукции, представительских фильмов и роликов.	2	Представление видеоролика о МУИТ	7-8 неделя
5	Разработать и представить этап коллективного проекта и план его информационного сопровождения (тематика предлагается студенческими мини-группами).	2	Презентация подготовленных работ	9-10 неделя
6	Имидж политика (на выбор) Представление материалов.	2	Защита презентации Работа с кейсами	11-12 неделя

7	Создание собственного проекта. Приоритет - проекты по продвижению подразделений МУИТ. Обосновать выбор целевой аудитории, концепцию продвижения, выбор социальных сетей для продвижения.	2	Разработка концепта, работа над проектом	13-14 неделя
8	Представление проекта	1	Презентация	15 неделя
	Итого	15		

### 9. Перечень тем/заданий для самостоятельной работы студентов

Правильная организация самостоятельной работы обучающихся – это залог формирования умений и навыков в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретенных знаний, обеспечение высокого уровня успеваемости в процессе обучения.

№ п/п	Наименование темы/задания	Кол-во часов	Форма отчетности	Срок сдачи
1	2	3	5	6
1	Создать презентацию на тему: имидж в системе связей с общественностью	4	Презентация на занятии	1 неделя
2	Подготовить обзор жанров PR Копирайтинг (базовые PR-документы в работе со СМИ все виды PR-текстов: пресс-релиз, пресс-кит, интервью, годовой отчет, информационное письмо, факт-лист и др.).	4	Обсуждение на практических занятиях функций жанров PR	2 неделя
3	Фирменный стиль : как создать лицо фирмы. Изучить сайты ведущих вузов Казахстана	4	Обсуждение в группе компонентов фирменного стиля учебных заведений Казахстана Индивидуальные презентации	3 неделя
4	Сделать подборку полезных интернет-ресурсов, необходимых для продвижения проекта	4	Брейн-шторм. Обоснование полезности ресурса для того или иного сектора	4 неделя

5	Изучить корпоративную культуру и фирменный стиль МУИТ. Сайт вуза	4	Обсуждение достижений и недостатков оформления и содержания сайта	5 неделя
6	Создаем страничку на сайте факультета	4	Деловая игра Обмен данными и оценивание работы конкурентной группы	6 неделя
7	Сравнительный анализ лучших контент-планов	4	Презентация. Обзор.	7 неделя
8	Представление пилотного проекта	4	Разбор проектов, рубежный контроль	8 неделя
9	Подготовить буклеты МУИТ	4	Презентация и защита	9 неделя
10	Изучить работу PR-отдела вуза	4	Обсуждение в группе	10 неделя
11	Изучить корпоративную прессу вуза	4	Обсуждение в группе	11 неделя
12	Классификация актуальных для исследования тем в области массовой коммуникации	4	Презентация материалов, интернет-ресурсов и базовых инструментов	12 неделя
13	Изучить материалы пресс-служб Президента и Правительства РК с января по апрель 2021. Выделить топовые темы, выстроить их по ранжиру, по мере убывания значимость	4	Обсудить в группе, сравнить результаты	13 неделя
14	Организация и продвижение мероприятий, в том числе для журналистов (пресс-тур, брифинг)	4	Представить план проведения мероприятия	14 неделя
15	PR-сопровождение — работа на выставках, форумах, организация спонсорства	4	Деловая игра. Подготовка выставки	15 неделя

## 10. Система оценки успеваемости студентов по дисциплине:

Период	Задания	Кол-во баллов	Итого
1-ая аттестация	<b>Лабораторные работы:</b> ЛБ 1, ЛБ 2, ЛБ 3, ЛБ 4, <b>Практические занятия:</b> Упражнение 1, Упражнение 2, Упражнение 3, Упражнение 4, <b>Рубежный контроль</b> <b>Задания СРС</b>	<b>20</b> 5 5 5 5 <b>20</b> 5 5 5 5 <b>30</b> <b>30</b>	<b>100</b>
2-ая аттестация	<b>Лабораторные работы:</b> ЛБ 1, ЛБ 2, ЛБ 3, ЛБ 4, <b>Практические занятия:</b> Упражнение 1, Упражнение 2, Упражнение 3, Упражнение 4, <b>Рубежный контроль</b> <b>Задания СРС</b>	<b>20</b> 5 5 5 5 <b>20</b> 5 5 5 5 <b>30</b> <b>30</b>	<b>100</b>
Финальный Экзамен	Экзамен		<b>100</b>
<b>ИТОГО</b>	<b>0,3*РК1+0,3*РК2+0,4*Экз</b>		<b>100</b>

\* Если пропуск занятий составляет больше 20%, то студент автоматически выходит на Retake (летний семестр)

Расчет недельного балла: Складывается из выполненной самостоятельной работы, которая становится основной для выполнения практического и лабораторного задания. Каждую неделю за СРС выставляется 2 балла. К СРС плюсятся баллы за выполнение практических и лабораторных (максимум + 5 баллов). Если тема ЛБ или ПР рассчитана на более, чем одну неделю, то студент может получить свои баллы на последней тематической неделе или разбивочно по неделям по мере выполнения задания.

## 11. Критерии оценивания работ:

Баллы	Критерии оценки
<b>5</b>	Работа выполнена в полном объеме и получены правильные ответы на дополнительные вопросы преподавателя в рамках поставленных задач. Специфика работы и идея задания полностью совпадают, тема раскрыта.

<b>4</b>	Работа выполнена в полном объеме, сделаны правильные выводы, однако, имеются некоторые недочеты в выполнении заданий. Тема раскрыта не в полной мере, допущены ошибки в интерпретации. Присутствуют технические ошибки. После указания преподавателя данные недочеты устранены.
<b>3</b>	Работа выполнена в неполном объеме, студент не до конца понял задание, проявил пассивность в обсуждении, допустил множественные технические ошибки. Идея и манера выполнения не отражают суть концепции. После указания преподавателя основные недочеты устранены, тема дополнена.
<b>2</b>	Работа слабо отражает основную идею задания. Концепция не раскрыта, студент слабо ориентируется в специфике темы, технически задание не соответствует критериям. После указания преподавателя основные недочеты могут быть устранены.
<b>1</b>	Работа выполнена в неполном объеме, имеются грубые ошибки в тексте, в выполненном материале, тема не раскрыта. Жанровые характеристики и специфика подачи материала не совпадают. Работа практически не отражает основную идею задания, нуждается в переработке.
<b>0</b>	Работа не сдана.

#### Методические указания

Для того, чтобы быть допущенным к экзамену по курсу, студент должен:

- а) набрать необходимый для допуска уровень баллов по текущему контролю и посещаемости;
- б) посещать онлайн-лекции и принимать участие в семинарских занятиях, выполнять все домашние и практические задания;

Условия проведения экзамена.

Экзамен по курсу проходит в форме тестирования. Тесты состоят из вопросов, изучаемых в течение всего курса. Вопросы для подготовки предоставляются студентам преподавателем в период обучения данной дисциплине. Формами оперативного контроля результатов освоения студентом учебной дисциплины являются: посещаемость занятий, проверка знаний на занятиях, проверка выполненных творческих заданий.

Формами рубежного контроля результатов освоения студентом учебной дисциплины являются: участие в семинаре, доклад, участие в дискуссии, выполнение практических творческих заданий, участие в деловой игре. В качестве отработки за пропущенные занятия используется такая форма отчетности, как реферат

Формой итогового контроля результатов освоения студентом учебной дисциплины является: экзамен с учетом выполнения творческих работ.

#### Методические указания по подготовке реферата

Под реферированием понимается анализ опубликованной литературы по проблеме, то есть систематизированное изложение чужих обнародованных мыслей с указанием на первоисточник и, в обязательном порядке, с собственной оценкой изложенного материала. Студент обязан показать самостоятельную творческую работу.

Источником для написания реферата может быть любое опубликованное произведение, включая работы в Интернете (с указанием адреса веб-страницы).

Все цитаты и любые не общеизвестные сведения (мнения специалистов, цифры, факты и пр.), почерпнутые из этих источников, должны иметь сноски или ссылки. Переписанные без ссылок учебники, статьи и другие материалы расцениваются как

неудовлетворительная работа. Минимальное количество источников – три. Минимальный объем реферата – 5 страниц, не считая титульного листа и страницы с указанием использованной литературы. Работа должна быть сдана не позже оговоренной с преподавателем даты.

## 12. Итоговый контроль проводится в форме творческого проекта.

### Примеры кейсов и заданий для итогового контроля.

#### Кейс

а) Прочитайте текст и ответьте на вопросы.

#### **Государственный банк и развитие искусственного интеллекта**

25 января 2019 г. «РИА-Новости» опубликовало заметку «Греф призвал участников форума в Давосе вкладываться в развитие ИИ»:

Глава Сбербанка Герман Греф на деловом завтраке Всемирного экономического форума в Давосе «Технология AI искусственного интеллекта меняет компании и экономику: приобретения и угрозы» призвал лидеров бизнеса и государства инвестировать во внедрение искусственного интеллекта, назвав его главным технологическим трендом 2017-2018 годов.

В дискуссии, которую модерировал Греф, приняли участие представители международного и российского бизнеса, вице-премьер РФ Аркадий Дворкович, глава Минэкономразвития Максим Орешкин.

Греф начал своё выступление с небольшого ролика о главном технологичном тренде 2017–2018 годов — искусственном интеллекте (ИИ). Сообщив, что Сбербанк сейчас зарабатывает на внедрении искусственного интеллекта более 2 миллиардов долларов, он сказал: «Пора именно сейчас. Если вы начнете реализовывать технологию, наши модели, нейросети, будут гораздо умнее, чем у конкурентов».

Орешкин заявил, что министерство серьезно смотрит на использование ИИ. «Работаем с компаниями, в том числе Сбербанком, и стараемся трансформировать рынок труда и повышать качество услуг», — отметил он.

Также своим опытом применения технологии AI поделились представители компаний Google, Microsoft, Dell, McKinsey, IBM, "Яндекса". «ИИ уже очень хорошо решает маленькие задачи, но мы всё еще далеки от сценариев, которые видим в голливудских фильмах», — описала ситуацию глава центра Data Science Колумбийского университета Жаннетт Винг.

Среди гостей завтрака была робот София, подданная Саудовской Аравии, с которой Греф провел дискуссию на тему искусственного интеллекта. На его вопрос, стоит ли ограничить развитие искусственного интеллекта, робот ответила отрицательно. «Людам не стоит отвергать эти изменения, но доля здоровой критики не помешает. Не судите о нас по таким фильмам, как «Терминатор», — продемонстрировала свой уровень интеллекта София.

**Вопросы:** насколько, по Вашему мнению, повлияла данная встреча на формирование существующей государственной политики в отношении современных технологий? Почему? Опишите основные проблемы взаимодействия государственного банка и органов государственной власти на данном примере.

#### **Тестовое задание (примеры вопросов, выбор одного из трех):**

**Из перечисленного к числу направлений PR -деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:**

а) распространение сведений о новых товарах компании



- б) участие в программах городского развития
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

### **Что является главной целью PR?**

- 1) изменение общественного мнения
- 2) повышение уровня продаж
- 3) повышение рейтинга компании

**Информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией, - это:**

- а) пресс-релиз;
- б) бэкграундер;
- в) меморандум.

**Задание.** Кто является носителем корпоративной культуры Университета? Охарактеризуйте группы.

**Упражнение.** Составьте структуру имиджа политика на основе таких критериев, как Лицо, биография, поступки, ключевая идея, харизма. (выбор политика - мужчины или женщины студент определяет сам).

### **Вопросы текущего контроля**

- 1. PR-обращение в условиях кризиса: целевые группы, различие в подаче материала, ключевые темы для сообщений.
  - 2. Работа со СМИ в условиях кризиса: организационные меры и принципы взаимодействия. Ключевые подходы в рамках кризисных коммуникаций.
  - 3. Пресс-секретарь анти-кризисного штаба, его роль и функции. Требования к личности пресс-секретаря и его деятельности.
  - 4. Особенности медиарилейшнз. Специфика медиапланирования.
  - 5. Функции и задачи специалиста в работе со СМИ.
  - 6. Особенности содержания медиа-карты Казахстана.
  - 7. Media relations. Медиапланирование Работа со средствами массовой информации
  - 8. Организация специальных мероприятий для представителей СМИ.
  - 9. Новостной повод. Новость в системе управления информацией.
  - 10. Многообразие форм информационных мероприятий.
  - 11. Пресс-конференция как форма коммуникации. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции.
  - 12. Организация пресс-тура.
  - 13. Имидж в системе связей с общественностью.
  - 14. Понятие имиджа и его свойства. Формирование позитивного имиджа как цель PR-деятельности. Макроимидж фирмы.
  - 15. Функции имиджа.
  - 16. Психологические предпосылки формирования имиджа. Понятие архетипа.
  - 17. Социальные предпосылки формирования имиджа. Понятие социального стереотипа.
  - 18. Интернет как средство массовой коммуникации. Интернет в системе PR. Специфика web-пространства. Особенности Интернет-информации.
  - 19. Сайт МУИТ как PR-средство.
  - 20. Специфика коммуникационной кампании. Планирование и программирование коммуникационной кампании
- F-75, Рабочая учебная программа дисциплины (Syllabus)*

21. Медиа-аспекты проведения коммуникационной кампании.
22. Оценка эффективности коммуникационной кампании.
23. Связи с общественностью в государственных структурах (деятельность пресс-служб Правительства Казахстана, администрации г. Алматы).
24. Продвижение в СМИ, организация публикаций и генерация инфоповодов.
25. PR-аналитика и мониторинг конкурентов.
26. Media размещение (ТВ, радио, печатные и онлайн СМИ, паблики в социальных сетях, наружная реклама).
27. Работа с репутацией и продвижением первого лица компании.
28. Копирайтинг (все виды PR-текстов).
29. Работа с блогерами и лидерами мнений.
30. Организация и продвижение мероприятий, в том числе для журналистов.
31. PR-сопровождение — работа на выставках, форумах, организация спонсорства.
32. Production (сувенирная продукция компании, POSM, производство аудио-роликов).