**Аль-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті**

 **ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиакафедрасы**

**5В051400 – «Қоғаммен байланыс» бойынша білім беру бағдарламасы**

**СИЛЛАБУС**

**2019-2020 оқу жылы күзгі семестр, 3 курс, қ/б**

**Курс жайлы академиялық ақпарат**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пәннің коды** | **Пәннің атауы** | **Түрі** | **Аптадағы сағат саны** | **Кредит саны** | **ECTS** |
| **Лек** | **Практ** | **Лаб** |
|  | Коммерциялық PR | Профилир | 1 | 0 | 2 | 3 | 5 |
| **Лектор** |  Шаймаран М. | **Офис-часы** | По расписанию |
| **e-mail** | m.shaimaran@mail.ru |
| **Телефоны**  | Телефон: 224 1347 (р.т.)87016185091  (моб.) | **Аудитория**  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Курстың академиялық презентациясы** |  Пәннің мақсаты - коммерциялық PR-да жоспар құру және практикалық іске асыру, студенттердің ғылыми-зерттеу құзіреттілігін қалыптастыру, кәсіби мақсаттағы аудиторияны, жағдайды, ұйымдастыруды талдау әдістерін игеруден тұратын кәсіби жұмыс саласындағы білім мен дағдылар жүйесін қалыптастыру.Оқыту нәтижелері. Пәнді сәтті аяқтағаннан кейін студенттер төмендегілерді істей алады:1. PR негізін қалаушылар А. Ли, Э.Бернайза, С. Блэктердің кәсіби идеяларын жаңғырту;2. коммуникациялық әдістерді,дәстүрлі және инновациялық құралдарды жүйелеу, талдау, жоспарлау, іске асыру, презентация және PR акциялардың тиімділігін бағалау;3. ұйымның коммуникативті мінез-құлқын, жоба және фосстис кезеңдерінің элементтерін бағалау;4. төрт PR моделін қоғам сегменттерінің құндылық бағдарларымен, іс-шаралар мен оқиғаларға қоғамдық қызығушылықты ынталандыру тетіктерімен байланыстыру;5. Қазақстанда жыл сайынғы Медиа құрылтай арқылы таратылатын тәжірибені қолдана отырып, іс-шаралар мен жобаларды іске асырудың маңызды себептерін ұсыну;6. жобаның жүзеге аырылу қорытындысы бойынша, әр түрлі деңгейдегі билік пен халық арасындағы коммуникациялық қарым-қатынасқа баға беру. |
| **Пререквизиттер және негізгі деректемелер** | ТPPR2206, MMSK1403 |
| **Ақпараттық ресурстар** | **Оқу әдебиеттері**:Негізгі1Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М: 2007. 2. Дэвид Мирман Скотт. Новые правила маркетинга и PR. М.: [Альпина Паблишер](https://www.ozon.ru/publisher/859012/). 20153. Сазерленд Д. Революционный метод управления проектами. М. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 20161. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. Пособие. М., 2004.4. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2010.Дополнительная1. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз: Пер. с англ./ Блэк Сэм. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. 2. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг / А.С.Ольшевский .-СПб.: Питер, 2012.3. Паблик рилейшнз для профессионалов/ Г.Г. Почепцов. - 2-е изд., испр.. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2011.4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001. 5. А.Чумиков, М.Бочаров // Советник.-2014.-№11.-С46-48; 2003.-№3.-С.50-53.**Интернет-ресурстар:** <http://prclub.kz/><http://www.press-service.ru><http://www.advlab.ru><https://studme.org> |
| **Университеттіңн құндылықтары контекстіндегі курстың академиялық саясаты**  | **Академиялық тәртіп ережелері:** Студент барлық сабаққа жүйелі түрде баруы қажет, себепсіз сабаққа қатыспай қалуға болмайды.Студенттің сабаққа келмеуі немесе кешігуі 0 баллмен бағаланады. Студенттер аудиториядағы күнделікті сабаққа белсенді қатысу әрекетімен бағаланады. Тапсырмаларды(лабораториялық, СӨЖ және т.б.), жобаларды, емтихандарды аяқтау және тапсыру мерзімдерін сақтау. Тапсырманы дер кезінде, уақытынан кеш тапсыру жағдайында стуждет айыппұлдық баллдарды есептеу арқылы бағаланады. Белгілі бір себептермен сабақтан қалған студенттер (растау құжаттары арқылы), өзге уақыттарда қосымша тапсырмалар тапсырады. Барлық жұмысты, тапсырмаларды толықтай орындамаған студент, емтиханға кіргізілмейдң.**Академиялық құндылықтар:**Студенттер университеттің ар-намыс кодексіне сәйкес академиялық мақстаттарға жету жолында әрдайым адал және ідепті болуы керек. Оқу барысында барлық тапсырмалардың өз алдына жеке орындалуы талап етіледі,жалғандыққа, жалған парақтарды пайдалануға, білімді бақылаудың барлық сатылард\ында алдауға, мұғалімді алдауға және басқаларға құрметсіз қаруға жол берілмейді .  |
| **Бағалау және аттестациялау саясаты** | **Критериялық бағалау:**Оқыту нәтижелерін бағалау, аралық бақылау мен емтихандар кезінде құзыреттіліктің (мақсатта көрсетілген оқу нәтижелері) қалыптасуын тексеру дескрипторлар арқылы жүзеге асырылады. Тексеру кезінде теориялық білімнің және оларды практикада әр түрлі жағдайларда қолдану дағдылары мен дағдыларының толықтығы мен беріктігі ескеріледі.**Қорытынды бағалау:** Дәрістегі белсенділік 5%Зертханалық жұмыс кезіндегі белсенділік 20%Өзіндік жұмыс 25%Жобалық және шығармашылық жұмыста 10%Емтихандар 40%Барлығы 100% $$пән бойынша қорытынды бағалау=\frac{АБ1+АБ2}{2}∙0,6+0,1МТ+0,3ИК$$Минималды баға пайызы:95% - 100%: А 90% - 94%: А-85% - 89%: В+ 80% - 84%: В 75% - 79%: В-70% - 74%: С+ 65% - 69%: С 60% - 64%: С-55% - 59%: D+ 50% - 54%: D- 0% -49%: F |

**Оқыту курсының мазмұнын іске асыру күнтізбесі:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Апта | Тақырып атауы | Сағат саны | Жоғары балл |
| 1 | Дәріс 1. Қазіргі әлеуметтік практикадағы PR рөлі. Public Relations технология эволюциясы  | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 1. Жобаның өмірлік циклі және оның кезеңдері | 2 | 14 |
| 2 | Дәріс 2. Коммерциялық PR-дағы жобаларды басқару. | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 2. Ішкі және сыртқы мақсатты аудиториялар.  | 2 | 14 |
| 3 | Дәріс 3. PR жобалық қызмет ретінде. Жүйелік-процесстік тәсіл. | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 3. PR-кампанияларды жоспарлау мен жүзеге асырудың принциптері мен дәйектілігі | 2 | 14 |
| СОӨЖ. Ақпараттың әмбебап байланыс тізбегі бойымен қозғалу сипаты, PR қозғалыс логикасы, процестің PR компоненттері, ақпаратты қабылдау деңгейлері.  | 1 | 15 |
| 4 | Дәріс 4. Түрлі кәсіптік салалардағы қазіргі заманғы PR тезнологиялар: бизнестегі \, мемлекеттік басқарудағы, қоғамдық ұйымдардағы | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 4. PR- жобаның басқарушысы ретіндегі PR-маманының мақсаттары мен міндеттері.  | 2 | 14 |
| 5 | Дәріс 5. Аймақтың имиджін құру: құрылымдық компоненттер және PR құралдары | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 5. PR-объектіні сандық және сапалық. Жергілікті зерттеулер.  | 2 | 15 |
| СОӨЖ. Шектелген массив алу.  | 1 | 15 |
| **Аралық бақылау 1** | **100** |
| 6 | Дәріс 6. Коммерциялық PR – ға арналаған зерттеу. Эксперттік сауалнамалар. Фокус-топтар, тереңдетілген сұхбат | 1 | 0 |
| Зертханалық жұмыс 6. Эксперттерді қалыптастыру нұсқалары | 2 | 14 |
| 7 | Дәріс 7. Ақпараттық аудит. Коммуникациялық аудит | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 7. Пресс- клиппингтен электронды сұранысқа дейінгі бақылау әдістері.  | 2 | 14 |
| СОӨЖ. Коммуникациялық аудит PR қызметінің жұмысын жүйелі зерттеуді қамтитын ситуациялық талдау ретінде | 1 | 15 |
| 8 | Дәріс 8. PR-жоба құрылымындағы имидж және бедел. Дизайн және позициялау | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 8 Позицияны PR-жоба аясында мақсатты аудиторияның санасына жылжыту үшін дайындалған хабарламалар жиынтығы ретінде айқындау | 2 | 14 |
| 9 | Дәріс 9. PR-қызметінің тиімділігін өлшеу. | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 9. Макропараметрлер, микропараметрлер, нормативті параметрлер . | 2 | 14 |
| СОӨЖ. PR-тиімділікті бағалаудың жергілікті деңгейі.  | 1 | 15 |
| 10 | Дәріс 10. Коммерциялық PR-дың ақпараттық-коммуникациялық стратегиясын әзірлеу | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 10. Жұмысты жоспарлау нұсқалары: тұжырымдалған мазмұнды міндеттерді шешу үшін PR функциясының нақты жиынтығын іске асыруды оңтайландыруға арналған проблемалық, өрістік, жобалық | 2 | 8 |
| **Midterm Exam** | **100** |
| 11 | Дәріс 11. Жұмыс жоспарын құру.Жобалық құжаттаманы дайындау. | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 11. Стратегиялық жоспардың логикасы. | 2 | 11 |
| СОӨЖ 11. Мүмкіндіктерді пайдалану және кедергілерді бейтараптандыру стратегиясы | 1 | 15 |
| 12 | Дәріс 12. Ұлттық брендингтегі PR-технологиялар | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 12. Брендті басқарудың заманауи тәсілдері. | 2 | 11 |
| 13 | Дәріс 13. Тиімді жұмыстың қалыптасуы мен шарттары. Ұжымда саналы қарым-қатынасты ұйымдастырудың ерекшеліктері. | 1 | 0 |
| Зертханалық сабақ 13. Тиімді жұмыс жасайтын топтың критерийлері | 2 | 11 |
| СОӨЖ 13. Жоба тобында және жобаның мүдделі тараптарымен тиімді қарым-қатынас құру саласындағы дағдыларды дамыту үшін арнайы іс-шаралар ұйымдастыру | 1 | 15 |
| 14 | Дәріс 14. PR нәтижелерін таныстыру. Тиімді презентацияларды құру әдістері. | 1 | 0 |
| Пракическое занятие 14. Презентацияға дайындық. Материалдарды басқару.  | 2 | 11 |
| 15 | Дәріс15. PR жобасын іске асыру кезеңінде туындауы мүмкін қауіптердің типологиясы. Қалай болу керек және не істеу керек. | 1 | 0 |
| Зертханадық сабақ 15. Жоспарлау кезеңіндегі ықтимал тәуекелдерді болжау. | 2 | 11 |
| СОӨЖ 15. PR-дың технологиялық картасы, оның мақсаты мен мазмұны. Тәуекелдің түрлері. Лемм Салливеннің ережесі, Хьюго бұйрығы и Пуллиам постулаты.  | 1 | 15 |
| **Аралық бақылау 2** |  | **100** |
|  | **Емтихан** |  | **100** |
|  | **Барлығы** |  | **100** |

Аға оқытушы Шаймаран М.

Кафедра меңгерушісі

профессор, филол.ғ.д. Шынгысова Н.Т.

Факультеттің әдістемелік

бюро төрайымы Негизбаева М.О.