**Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті**

**Журналистика факультеті**

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

**Силлабус**

**Күзгі семестр 2021-2022 оқу жылы**

**«5В051400 - қоғаммен байланыс» мамандығының оқу жоспары бойынша жасалынған.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пән коды | Пән атауы | СӨЖ | Аптадағы сағат саны | | | Кредит саны | СОӨЖ |
| Лек | Практ | Лаб |
| **KPR 2209** | **PR Консалтингі** | 98 | 1 |  | 2 | 3 | 7 |
| Лектор | Магистр, аға оқытушы  Б.Т.Әшірбаев | | | | Офис-сағаты | Кесте бойынша | |
| e-mail | [ashirbaev@mail.ru](mailto:nazym19038181@gmail.com) | | | |
| Телефон | 87014850481 | | | | Аудитория | онлайн | |
| Курстың академиялық презентациясы | **Курстың сипаттамасы:** Курстың оқу типі : "PR консалтингі" - базалық кәсіби пәндер циклінің пәні, модулі ИОТ 3 " Коммуникациялық менеджмент және маркетинг", типі – элективті, PR маркетингтік зерттеулер бойынша білімді қалыптастыруға арналған.  **Курстың мақсаты:**қоғамдық қарым-қатынас саласындағы консалтингтің заманауи әдістемесін теориялық және практикалық меңгеру.  **Оқыту нәтижелері:**  1) Жұртшылықпен қарым-қатынаста консалтингтің рөлі мен маңызын білу және PR-дағы консалтингтің негізгі түрлеріне еркін бағдарлауды үйрену;  2) Студенттерді тапсырыс беруші фирманың коммуникациялық аудитін өз бетінше жүргізуге және қазіргі бизнеспен бетпе-бет келетін нақты проблемалық жағдайларды шешуге үйретеді;  3) Қазіргі бизнес-құрылымдарда, мемлекеттік мекемелерде, саяси және қоғамдық қозғалыстар мен ұйымдарда қоғаммен қарым-қатынаста туындайтын күрделі жағдайларға кеңес беруде практикалық дағдыларды үйрету**.**  Негізгі ұғымдар осы пәндер жүйесінде құзырет:  - мақсатты аудитория, жанр PR, әлеуметтік-бағдарланған жоба, іс-шаралар промоушн, сыртқы АУДИТ, ішкі PR, имидж, инструмент, зерттеу, қарым-қатынас, креатив, медиа-мониторинг, дәлелдеу, зерттеу объектісі, паблик рилейшнз, PR-кампания, бедел капитал.  Пәнді оқып-үйрену барысында студенттер келесі біліктіліктерді қалыптастырады:  - ақпараттық технологиялар, журналистика және PR өзара қызметі базалық формалары негізінде қоғаммен байланыстың негіздерін, коммуникацияны ұйымдастыру принциптерін білу;  - баспасөз қызметін ұйымдастыра білу;  - PR, жарнама және журналистикадағы ақпараттық себеп ерекшеліктерін білу;  - медиарилейшнзді ұйымдастыру бойынша тәжірибе жинақтау;  - PR-мәтіндерді құру машығын меңгеру;  - журналистер мен PR мамандардың коммуникациялық іс-шараларын ықпалдастыру;  - Қоғаммен байланыстың құралдарын қолдану: пресс-релиздер, баспасөз мәслихаты, пресс-турлар, жарияланымдарды мониторинг жасау, сандық коммуникациялар, презентациялар, көрмелер, корпоративтік медиа, әлеуметтік жобалар т.б.  - бизнестің әлеуметтік жауапкершілік принциптерін білу;  - корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті орната білу;  - қоғаммен байланыс саласын өлшеудің машықтарын қолдану;  қоғаммен байланыс жөніндегі қазақстандық агенттіктердің жұмыс істеу механизмін үйрену;  - коммуникация саласындағы қолданбалы кәсіби мәселелер саласында шешім қабылдай білу;  - нақты мекеменің қоғаммен байланыс жағдайын өлшеуді қолдану.  - мемлекеттік құрылымдар, әлеуметтік-экономикалық сала, коммерциялық сектор, қоғамның өміріндегі мәдени және қоғамдық саяси салалардағы қоғаммен байланыс бөлімдерінің жұмысының табиғатын, ұйымдастырудың принциптерін білу;   1. - қоғамдық пікірді қалыптастыру және мақсатты, жүйелі зерттеу үдерісіндегі қоғаммен байланыстың ерекшеліктерін ашу; | | | | | | |
| Пререквизиттер | MMSK1403 PRжәне массалық коммуникацияның құралы;  TPPR2206 Медиарилейшнз | | | | | | |
| Әдебиеттер және сілтемелер | 1. 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. Чумиков А.Н. PR-кампания в Интернете: [Глава из книги] / А.Чумиков, М.Бочаров // Советник.-2014.-№11.-С46-48; 2003.-№3.-С.50-53.  Интернет-ресурсы:  <http://prclub.kz/>  <http://www.prstudent.ru/teoria/metody-issledovaniya-v-pr>  <http://econbooks.ru/books/part/12540>  <http://stanlykajurov.narod.ru/researchmetod.htm> | | | | | | |
| Университеттің адамгершілік құндылықтары контекстіндегі курстың академиялық саясаты | **Академиялық тәртіп ережелері:**  Сабаққа міндетті түрде қатысу, кешікпеу. Мұғалімге алдын-ала ескертусіз сабағына келмеуі және кешігіп келу 0 баллмен бағаланады.  Тапсырмаларды (СӨЖ, кезеңдер, бақылау, зертханалық, дизайн және т.б. сәйкес), жобаларды, емтихандарды орындау және тапсыру мерзімдерін міндетті түрде сақтау. Өткізілген мерзім бұзылған жағдайда, аяқталған тапсырма айыппұлдардың шегерімдерін ескере отырып бағаланады.  **Академиялық құндылықтар:**  Академиялық адалдық пен тұтастық: барлық міндеттердің дербестігі; плагиатқа жол берілмеуі, жалған қағаздар, алаяқтық парақтарды пайдалану, білімді бақылаудың барлық сатыларында алдау, мұғалімді алдау және оған құрметтемеушілік. (ҚазҰУ студентінің ар-намыс кодексі)  Мүмкіндігі шектеулі студенттер кеңестерді электрондық пошта мекен-жайы бойынша ала алады: ashirbaev@mail.ru, 87014850481 | | | | | | |

**Оқу курсының орындалу күнтізбесі:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Апта/күні | Тақырып атауы | Сағат саны | Жоғарғы балл |
| 1 | **Дәріс:** Консалтинг түсінігі. Консалтинг салалары | 1 |  |
| 1 | **Лабораториялықсабақ: Консалтингтік қызметтердің әлемдік нарығын талдау** | 2 | 10 |
| 2 | **Дәріс:** Консалтингті дамытудың негізгі кезеңдері. Шетелдік тәжірибе. | 1 |  |
| 2 | **Лабораториялық сабақ: Басқарушылық кеңес берудің қазіргі заманғы әлемдік индустриясының даму серпіні** | 2 | 10 |
| 3 | **Дәріс:** Консалтингтік фирмалардың позициялау әдістері | 1 |  |
| 3 | **Лабораториялық сабақ: Әлемдік консалтингтік ком-панияларды нығайту негізіндегі факторлар.** | 2 | 10 |
| 4 | **Дәріс:** Кеңес беру процесініңнегізгікезеңдері (проблемалықдәріс) | 1 |  |
| 4 | **Лабораториялық сабақ: Интернет-сайттар консалтингтік фирмалардың позициялау құралы ретінде** | 2 | 10 |
| 4 | **СОӨЖ:** Консалтингтің тарихы мен теориясы. | 1 | 25 |
| 5 | **Дәріс:** Мансап ретінде кеңес беру | 1 |  |
| 5 | **Лабораториялық сабақ: Кеңес берушінің этикалық жұмыс нормалары (Афина кодексі)** | 2 | 10 |
| 5 | **СОӨЖ:** Кеңес берушінің этикалық кодексі | 1 | 25 |
| 5 | **АБ 1** |  | 100 |
| 6 | **Дәріс:** Кеңес беру процесінің негізгі кезеңдері | 1 |  |
|  | **Лабораториялықсабақ: Бизнес-процестер мен міндеттер-дің жіктелуі** | 2 | 10 |
| 7 | **Дәріс:** Дағдарысқа қарсы PR | 1 |  |
| 7 | **Лабораториялықсабақ:Консалтингтік компанияны (кеңес беруші) таңдау** | 2 | 10 |
| 7 | ***СОӨЖ:*** Компания ресурстарының кестесін құру | 1 | 25 |
| 8 | **Дәріс:**  Стратегиялық PR | 1 |  |
| 8 | **Лабораториялық сабақ: Консультанттардың құзырет-тілігін бағалау (жобалық әдіс)** | 2 | 10 |
| 9 | **Дәріс:** Қаржы саласындағы консалтинг және IR (Investorrelations) | 1 |  |
| 9 | **Лабораториялық сабақ:Коммуникациялық аудит (PR-кампанияның тиімділігін бағалау)** | 2 | 10 |
| 10 | **Дәріс:** Маѕs-Media саласындағы Консалтинг (БАҚ-пен қарым-қатынастар) | 1 |  |
| 10 | **Лабораториялық сабақ:** Медиалық аудиторияларды анықтау және БАҚ мониторингі | 2 | 10 |
| 10 | **СОӨЖ:** Қазақстандық және ресейлік PR-қызметтер нарығына шолу |  | 25 |
|  | **МТ** |  | 100 |
| 11 | **Дәріс:** Оқиғалы PR және коммуникациялық аудит (PR-кампанияларды, PR-оқиғаларды, акцияларды әзірлеу кезіндегі консультациялар және тиімділікті бағалау) | 1 |  |
| 11 | **Лабораториялықсабақ:Саяси консалтинг: саясат пен саяси партия көшбасшыларының имиджі** | 2 | 10 |
| 12 | **Дәріс:**  Корпоративішілік коммуникациялар | 1 |  |
| 12 | **Лабораториялықсабақ:"Қазақмыс" және "ҚазМұнайГаз" ұлттық корпорацияларының консалтингі (IPO мысалында )** | 2 | 10 |
| 12 | ***СОӨЖ:*** Кеңес берушінің жеке қасиеттері | 1 | 15 |
| 13 | **Дәріс: Лоббилік (GovernmentRelations)** | 1 |  |
| 13 | **Лабораториялық сабақ: Акционерлермен, инвесторлар-мен және серіктестермен коммуникацияның ерекшеліктері** | 2 | 10 |
| 13 | ***СОӨЖ:*** Бизнес-мәселелерді талдау | 1 | 15 |
| 14 | **Дәріс:** Демеушілік, меценаттық және фандрайзинг | 1 |  |
| 14 | **Лабораториялық сабақ:Демеушілік және басқа да іс-шаралар бағдарламаларын әзірлеудегі PR-консультанттың функциялары** | 2 | 10 |
| 15 | **Дәріс: Дәріс:** Халықаралықкоммуникациялар мен жобаларжәне шоу-бизнестегі консалтинг | 1 |  |
| 15 | **Лабораториялықсабақ:Табысты PR-оқиғалардың мысалдары** | 2 | 10 |
| 15 | ***СОӨЖ:***Бизнес-компанияларға SWOT-талдау жасау | 1 | 20 |
|  | **РК 2** |  | 100 |
|  | **Емтихан** |  | 100 |

**Декан** С.Ш.Мәдиев

**Әдістемелік бюро төрағасы** М.О. Негізбаева

**Кафедра меңгерушісі** Н.Т. Шыңғысова

**Дәріскер** Б.Т.Әшірбаев