**Зерханалық сабақ: Паблик рилейшнз теориясы мен тәжірибесі**

**пәні 2 курс қоғаммен байланыс маандығы студентеріне арналған зертханалық сабақ тың тапсырмалары мен бағдарламалары**

Оқу үрдісіне қатысу – бұл сабаққа қатысу, сабақта белсенді болу, орындалған жұмыстар мен үй тапсырмаларын уақытында орындап, тапсыру. Сабаққа кешікпеу керек. Сабақтағы тәртіп ережелерін бұзғандар жазаланады.   
  
Сабаққа қатыспағандары үшін төмендегідей айыптық санкциялар қолданылады:

* дәріс сабақта себепсіз қатыспағандары үшін – 1 балға төмендетіледі;
* үй тапсырмасын уақытында тапсырмағандары үшін - 1 балға төмен бағаланады;.
* тәжірибелік сабақты уақытында қорғалмағаны үшін - 1 балл төмендетіледі.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Тақырыптың аты** | **Лаб.саб** |  | **тақырыптары** |
| **1** | **3ертханалық сабақ №1:** Курстың пәні мен міндеттері. Мәселенің тарихы. PR-дыңанықтамасыжәнетарихы. | **3** | **9** | PR-ға байланысты әдебиеттерді шолу. |
|  | Бизнес пен қоғамдағы паблик рилейшнздің функциялары. |  |  |
| 2 | **3ертханалық сабақ №2:**  PR – негізгітенденциялар. ЖаһандануүдерісіжәнеPR. | **3** | **9** |  |
|  | Болашақтағы PR-дыңнегізгіпроблемалары. |  |  |
| **3** | **3ертханалық сабақ №3:**  PR-дағы коммуникацияның маңыздылығы. Этика және PR-дағы жауапкершілік. | **3** | **9** |  |
|  | Коммуникацияныңконцепциясыжәнетеориясы. |  |  |
| 4 | **3ертханалық сабақ №4:**  Дағдарыс жағдайындағы PR маманының қызметі.  Дағдарыстан кейінгі қалыптасу кезеңі. Оқиғаны бағалау. | **3** | **9** | PRмақсатындағыкоммуникацияныңтүрлері. |
| 5 | **3ертханалық сабақ №5:**Коммуникацияарналарыжәне БАҚ.  Бақыланбайтын проблемалар.Жарнама және танымал болу. | **3** | **9** |  |
| 6 | **3ертханалық сабақ №6:**  Шаралардыұйымдастыруәдіс-тәсілдері. Тиімділіктіөлшеудіңкритерийлері. | **3** | **9** |  |
|  | Қазақстандағы негізгі PR-құралдардың ұйымдастырылуы. |  |  |
| **7** | **3ертханалық сабақ №7:**  Баспасөзмәслихаты. Шараныұйымдастырушылардыңқұрылымы, қызметі. | **3** | **9** | Баспасөз мәслихатына ақпараттық папка жасау, материалдар жинау. |
|  | Баспасөз мәслихатын ұйымдастыру. |  |  |
| 8 | **3ертханалық сабақ №8::** Сауалнама, сұхбат, сұрау салу, фокус-топ әдістерін меңгеру.  Дөңгелек үстел ұйымдастырудың механизмі . | **3** | **9** |  |
|  |  |  |  |
| 9 | **3ертханалық сабақ №9:** Семинар, ашық есік күндері, ұйымдастыру кезеңдері. . “Отандық брэндті дамытудағы PR-дың ролі”. Дөңгелек үстел. | **3** | **9** | Семинардыұйымдастырудыңерекшеліктері. |
|  |  |  |  |  |
| 10 | **3ертханалық сабақ №10:** Баспасөзге арналған материалдар. |  | **9** |  |
|  | Презентация, ашық есік күндерін өткізудегі PR-маманының ролі? | **3** |  |
| 11 | **3ертханалық сабақ №11:** Зерттеудің түрлері. БАҚ-ты зерттеу. | **3** | **9** | “PR және заң. PR-маманының жауапкершілігі” Жазбаша жұмыс. |
|  | PR-қызметтіжоспарлаужәнебасқару. Кеңес беру агенттіктерінұйымдастыру. Қоғамменбайланысбөлімінұйымдастыру. PRбойыншакеңесшілерқызметі. PR-стратегия және оның тиімділігін өлшеу. | **3** | **9** |
| 12 | **3ертханалық сабақ №12:.** PR-дағы зерттеу | **3** | **9** |  |
|  | Қоғамдық топтарды анықтап, сипаттама беру. |  |  |
|  | **3ертханалық сабақ №13:.** Сандық зерттеу. Контент-талдау | **3** | **9** | Сыртқы қоғамдық топтармен байланыс орнату жолдары. |
| **13** | Белгілі бір тақырып бойынша контент талдау жасау. |  |  |
| 14 | **3ертханалық сабақ №14:**  Коммерциялықзерттеудіңтүрлері. | **3** | **9** |  |
|  | Аудитория жайлы ақпарат. |  |  |
| 15 | **3ертханалық сабақ №15:** Зерттеу нәтижелерін жоспарлауда қолдану.  Сауалнама, сұхбат, сұрау салу, фокус-топ әдістерін меңгеру. | **3** | **9** | Коммуникацияныңарналарынтаңдау. Жарнама. Танымалболужәнежарияланымдар. БАҚ қызметкерлеріменжұмыс. Ұйыммен БАҚ арасындағыкедергілердіжоюжолдары. “PRжәне БАҚ”. Реферат. |
|  |  | **45** | **135** |  |

Студенттер білімін бағалаудың әріптік, пайыздық және баллдық көрсеткіштері төмендегідей:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Апталары | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | Барлығы |
| зертханалық | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 100 |
| СӨЖ | Кесте бойынша | | | | | | АБ1 |  |  |  |  |  |  |  | АБ2 |  |
| ОСӨЖ |  |  |  |  |  |  |  | 1 | 1 | 1 | 1 |  | 1 | 1 | 1 | 7 |

**Студенттердің өздік жұмысына арналған әдебиет тізімі:**

**Негізгі әдебиет:**

1. Назарбаев Н. Ежегодное Послание народу Казахстана., 2017., с.197.
2. Почепцов Г., Имиджеология., М., 2016., с 67
3. Портер М., Имидж для страны., М., 2014., с.75

**Қосымша әдебиет:**

1. Глумов Э. Основы PR., М., 2014., с.145

2. Ньюсом Д., Скотт А., Крукеберг Д., Это PR. Правда о PR., С-пб., 2010.с.58

1. Королько В., Основы паблик рилейшнз., М., 2016., с 69.
2. Груниг Д. Функциональный PR., С-пб., 2017., с 58
3. Хачатуров К., Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология.,М., 2012., с.312
4. Траут Д., Райс Э. Позиционирование. Битва за узнаваемость. С-пб.,2014.,с.384
5. Зингер В. Репутация, М., 2020., с 144
6. Алешина И.В. Корпоративный имидж., Х-р.,2018., с.252
7. Беницкий.А. Международный лоббизм. М., 2015., с.90