**СИЛЛАБУС**

**2024-2025 оқу жылы күзгі семестр**

**"6В03203-Қоғаммен байланыс" білім беру бағдарламасы**

**ЮНЕСКО журналистика және коммуникация кафедрасы**

 **4 курс, қазақ бөлімі**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ID және пәннің атауы** | **Студенттің өзіндік жұмысы****(СӨЖ)** | **Кредит саны** | **Кредиттің жалпы саны** | **Студенттің өзіндік жұмысы****оқытушының жетекшілігімен (СӨОЖ)** |
| **Дәріс (Д)** | **Практ. сабақтар (ПС)** | **Лаб. сабақтар (ЛС)** |
| **91446****Әлеуметтік желілерге арналған контент және инфографика түрлері** | 4 | 1.7 | 3,3 |  | 5 | 2 |
| **ПӘН ТУРАЛЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ АҚПАРАТ** |
| **Оқыту түрі** | **Цикл,** **компонент** | **Дәріс түрлер** | **Практикалық сабақ түрлері** | **Қорытынды бақылау** **түрі мен платформасы** |
| Офлайн | Базалық пән университеттің құрамдас бөлігі | Жаңа технологияларды қолдану арқылы интерактивті презентациялар | Ситуациялық тапсырмалар, іскерлік ойындар және полемика | Стандартты жазбаша аналитикалық графикалық жеке кейс Moodle |
| **Дәріскер** | **Керімбек Жылбек Сенбекұлы, магистр, аға оқытушы** |
| **e-mail:** | zkerimbek@mail.ru |
| **Телефон:** |  + 7 707 685 57 74(моб.) |
| **ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ** |
| **Пәннің мақсаты** | **Күтілетін оқу нәтижелері (ОН)**Пән бойынша оқыту нәтижесінде студент: | **ОН жетістік көрсеткіштері (ЖК)**  |
| Студенттерде бұқаралық және жеке PR-ды жылжыту және қолдау шеңберінде интернет-жобаларға түпнұсқа және тартымды контент пен инфографика жасау қабілетін дамыту. | 1. Интернеттегі және әлеуметтік желілердегі мазмұнды ұсыну және инфографиканың рөлін түсіну. | 1.1 Әлеуметтік желідегі платформаларды орынды таңдайды. |
| 1.2 Мақсатты аудиторияның қажеттіліктерін анықтайды. |
| 1.3 Тақырыптық және уақытша мазмұн көрсеткіштерін жасайды. |
| 2. Мазмұнды мағынасы мен құрылымы бойынша әртараптандыруға мүмкіндік беретін мәтіндік және графикалық редакторларды, виджеттерді және мультимедиялық технологияларды пайдаланыңыз. | 2.1 Тұрақты байланыс әрекеттерін жасайды. |
| 2.2Әлеуметтік желілердің құрылымын түсіндіреді. |
| 2.3 Қоғаммен байланыс құралдарын әртараптандырады. |
| 3.Corell, Canva, Flyvi және т.б. бағдарламалар мен қызметтерді пайдаланып визуалды мазмұнды жасаңыз. | 3.1 Техникалық құралдарды пайдалана отырып, модельдерді, идеяларды және шешімдерді қолданады. |
| 3.2 Әлеуметтік желілердегі қоғамдық пікірге әсер етеді. |
| 3.3 Ақпараттық дағдарыстарға жауап береді. |
| 4. Шығармашылық инфографика арқылы пайдаланушыларды тартыңыз және оның арқасында бәсекелестерден ерекшеленіңіз. | 4.1Инфографиялық идеяларды анықтайды. |
| 4.2 Жалпыға қолжетімді беттер үшін шығармашылық дизайн жасайды. |
| 4.3 Бренд құны мен беделін қалыптастырады. |
| 5. Негізгі ақпарат көздерінің мазмұнының сапасын төмендетпей, деректерді визуализациялауды пайдаланыңыз. | 5.1 Оқиғаны көрсетудің шығармашылық түрлерін ұсынады. |
| 5.2 Аяқталған коммуникациялық жобалардың нәтижелерін бақылайды. |
| 5.3 Шығармашылық пен визуализация арқылы әлеуметтік желілердегі коммуникацияларды жақсартады. |
| **Пререквизиты** | "Қоғаммен байланысқа" кіріспе (PR)[64050]Қоғаммен байланыс теориясы мен тәжірибесі[65996] |
| **Постреквизиты** | PR-да мультимедиялық және IТ қолдауы [91175] |
| **Оқу қорлары** | **Әдебиеттер:**Негізгі1. Градосельская Е.В. Сетевые измерения в социологии. - М., 2004. 2. Губанов Д.А., Новиков Д..А.,Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. -М., 2018.3. Амирханова Г.Ш. Научись уже делать картинки! - А., 2023.4. Филь М.С.Социальные сети. Новые технологии управления миром. - М., 2016.Қосымша5. Есхуатова Н.Ю.Интернет-журналистика. -А., 2015.6. Mendelson B.J. Social media is Bullshit. -NY., 2012.7. Мишурко А.А.ПРОдвижение в Телеграме, ВКонтакте и не только. - М., 2022.**Зерттеу инфрақұрылымы**1. Студенттік баспасөз орталығы, (ауд. 201а).,
2. Медиа и коммуникация орталығы ( ауд. 221).

**Интернет-ресурстар:**1. httр://librery.kaznu.kz/ru Библиотека КазНУ2. httр://pressсlub.kzКазахстанский пресс-клуб 3. https://videoredaktor.ru/ Сервис онлайн-монтажа4. http://infographer.ru/ Специализированный сайт «Инфографер»5. https://ru.venngage.com/ Конструктор инфографики6. https://www.canva.com/ru\_ru/ Платформа создания графики7. https://flyvi.io/ru?ref=1061495 Онлайн редактор графики и визуализации |
| **Пәннің академиялық саясаты** | Пәннің академиялық саясаты әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Академиялық саясаты мен Академиялық адалдық саясатымен анықталады.Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.**Ғылым мен білімнің интеграциясы.** Студенттердің ғылыми-зерттеу жұмыстары оқу үрдісін тереңдету болып табылады. Ол тікелей университеттің кафедраларында, зертханаларында, ғылыми-конструкторлық бөлімдерінде, студенттік ғылыми-техникалық бірлестіктерде ұйымдастырылады. Білім берудің барлық деңгейіндегі студенттердің өзіндік жұмысы қазіргі заманғы ғылыми-зерттеу және ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, жаңа білім алуға негізделген зерттеу дағдылары мен құзыреттіліктерін дамытуға бағытталған. Ғылыми-зерттеу университетінің оқытушысы ғылыми қызмет нәтижелерін лекциялар мен семинарлық (практикалық) сабақтардың, зертханалық сабақтардың тақырыптарына және силлабуста көрсетілген СӨЖ, СОӨЖ тапсырмаларына біріктіреді және олардың өзектілігіне жауап береді. оқу сабақтарының тақырыптары мен тапсырмалары.**Қатысу.** Әрбір тапсырманың орындалу мерзімі пәннің мазмұнын орындау күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Белгіленген мерзімге сәйкес келмеу ұпай жоғалтуға әкеледі.**Академиялық адалдық.** Тәжірибелік/зертханалық сабақтар және СӨЖ студенттің дербестігін, сыни ойлауын және шығармашылығын дамытады. Тапсырмалардың барлық кезеңдерінде плагиат, жалғандық, көшірме парақтарын пайдалану және алдауға жол берілмейді.Негізгі саясаттардан басқа, теориялық оқу кезеңінде және емтихандар кезінде академиялық адалдықты сақтау «Қорытынды бақылауды өткізу ережесімен», «Ағымдағы оқу жылының күзгі/көктемгі семестрінің қорытынды бақылауын өткізу жөніндегі нұсқаулықпен», «Студенттердің мәтіндік құжаттарын қарыз алудың бар-жоғын тексеру туралы ережемен» реттеледі.Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.**Инклюзивті білім берудің негізгі принциптері.** Университеттің білім беру ортасы жынысына, нәсіліне/ұлтына, діни сеніміне, әлеуметтік-экономикалық жағдайына қарамастан, оқытушы тарапынан барлық студенттерге және студенттерге бір-біріне әрқашан қолдау көрсететін және бірдей қарым-қатынас жасайтын қауіпсіз орын ретінде ойластырылған. , оқушының физикалық денсаулығы және т.б. Барлық адамдар құрбылары мен курстастарының қолдауы мен достығына мұқтаж. Барлық студенттер үшін прогреске қол жеткізу олардың істей алмайтындарынан гөрі, не істей алатынына байланысты. Әртүрлілік өмірдің барлық аспектілерін жақсартады.Барлық студенттер, әсіресе мүмкіндігі шектеулі жандар Gibrayeva@mail.ru электрондық поштасы арқылы немесе https://us05web.zoom.us/j/9168701693?pwd=WnYrSStvVmpOdEMvWVZiOGY4MklyUT09 Zoom платформасында бейне байланыс арқылы кеңестік көмек ала алады.**Интеграция MOOC (жаппай ашық онлайн курс).** Егер MOOК пәнге біріктірілсе, барлық студенттер MOOК-ке тіркелуі керек. MOOК модульдерін аяқтау мерзімдері пәнді оқу кестесіне сәйкес қатаң сақталуы керек.**НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ!** Әрбір тапсырманы орындау мерзімі пәннің мазмұнын орындау күнтізбесінде (кестеде), сондай-ақ МООК-те көрсетілген. Белгіленген мерзімге сәйкес келмеу ұпай жоғалтуға әкеледі**.** |
| **ОҚЫТУ, ОҚУ ЖӘНЕ БАҒАЛАУ ТУРАЛЫ АҚПАРАТ** |
| **Оқу жетістіктерін бағалаудың баллдық-рейтингтік әріптік жүйесі** | **Бағалау әдістері** |
| **Бағасы** | **Ұпайлардың сандық эквиваленті** | **% пайыздық мазмұндағы балдар**  | **Дәстүрлі бағалау** | **Критериалды бағалау –** нақты жасалған критерийлер негізінде нақты қол жеткізілген оқу нәтижелерін күтілетін оқу нәтижелерімен салыстыру процесі. Қалыптастырушы және жиынтық бағалауға негізделген.**Қалыптастырушы бағалау –** күнделікті оқу іс-әрекеті барысында жүргізілетін бағалау түрі. Оқу үлгерімінің ағымдағы көрсеткіші болып табылады. Студент пен оқытушы арасындағы жедел байланысты қамтамасыз етеді. Студенттің мүмкіндіктерін анықтауға, қиындықтарды анықтауға, ең жақсы нәтижелерге қол жеткізуге көмектесуге және мұғалімнің оқу процесін тез арада түзетуге мүмкіндік береді. Дәрістер, семинарлар, практикалық сабақтар (пікірталас, викториналар, диспуттар, дөңгелек үстелдер, зертханалық жұмыстар және т.б.) кезіндегі тапсырмалардың орындалуы, аудиториядағы белсенділігі бағаланады. Алған білімдері мен құзыреттері бағаланады.**Жиынтық бағалау –** пән бағдарламасына сәйкес бөлімді оқуды аяқтағаннан кейін жүргізілетін бағалау түрі. СӨЖ-ді аяқтаған кезде семестрде 3-4 рет өткізіледі. Бұл күтілетін оқудың дамуын бағалау. дескрипторларға қатысты нәтижелер. Белгілі бір кезеңдегі пәнді меңгеру деңгейін анықтауға және есепке алуға мүмкіндік береді. Оқыту нәтижелері бағаланады. |
| A | 4,0 | 95-100 | Өте жақсы |
| A- | 3,67 | 90-94 |
| B+ | 3,33 | 85-89 | Жақсы  |
| B | 3,0 | 80-84 | **Қалыптастырушы және жиынтық бағалау** | **% пайыздық мазмұндағы балдар** |
| B- | 2,67 | 75-79 | Дәрістегі белсенділігі  | 5 |
| C+ | 2,33 | 70-74 | Практикалық сабақтағы жұмыстары  | 20 |
| C | 2,0 | 65-69 | Қанағаттанарлық  | Өзіндік жұмысы  | 25 |
| C- | 1,67 | 60-64 | Жобалық және шығармашылық жұмыстары | 10 |
| D+ | 1,33 | 55-59 | Қанағаттарлықсыз  | Қорытынды бақылау(емтихан)  | 40 |
| D | 1,0 | 50-54 | ҚОРЫТЫНДЫ  | 100  |
| FX | 0,5 | 25-49 |  |  |
| F | 0 | 0-24 |  |  |
| **Пәннің мазмұнын жүзеге асырудың күнтізбелік жоспары (кестесі). Оқыту және оқу әдістері.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Апта**  | **Тақырып атаулары** | **Сағат саны** | **шекті****балл** |
| **МОДУЛЬ 1****Әлеуметтік желілердегі жарияланымдардың ерекшеліктері** |
| 1 | Д 1. Желілік тәсілдерді дамыту. | 1 |  |
| ПС 1: Мазмұнды байытуды көрсету. | 1 |  |
| 2 | Д 2.Желідегі қауымдастықтардың мақсатты аудиториясы. | 1 |  |
| ПС 2.Негізгі пайдаланушы сегменттерінің қажеттіліктерін белгілеңіз | 1 |  |
| СОӨЖ 1. СӨЖ 1 енгізу бойынша консультациялар. Foresight Communications зерттеу бағытын таңдау және жүргізу бойынша нұсқаулық. | 1 |  |
| 3 | **Д 3.** Хабарламалар мен визуализация үшін деректерді таңдау. | 1 |  |
| ПС 3. Әлеуметтік желілер үшін деректерді сүзу және өңдеу критерийлерін орнату. | 1 |  |
| СОӨЖ 2. СӨЖ -1 орындау бойынша консультациялар. Эссе құрылымын нақтылау және ұсынылған мысалдарды қарастыру. | 1 |  |
| 4 | Д 4.Ақпарат пен мәтінді құрылымдау. | 1 |  |
| ПС 4. Хабарламалардың сюжетін, композициясын және баяндау стилін қарастырыңыз. | 1 |  |
| СӨЖ 1. Бәсекелестік артықшылықтар. «Foresight Communications» әлемдегі және Қазақстандағы PR көшбасшылығы туралы жеке зерттеулеріңіздің элементтерімен эссе жазыңыз. | 1 |  |
| 5 | Д 5.Мемлекеттік органдардағы баспасөз қызметі. | 1 |  |
| ПС 5. Әлеуметтік желілерді жоспарлау классификациясы. | 1 |  |
| СОӨЖ 3. СӨЖ-2 іске асыру бойынша консультациялар. Отандық PR-да табысты болған жобалардың қарастырылатын бағыттарын, пәнін таңдау бойынша спецификация. | 1 |  |
| 6 | Д 6.Жариялылық және қоғамдық пікір. | 1 |  |
| ПС 6. PR-да коммуникаторлар мен реципиенттерге мінездеме беріңіз. | 1 |  |
| СӨЖ 2. Желілік алгоритмдер «Ақмерген» қазақстандық PR-сыйлығымен марапатталған жобалардың кейстерін құрастыру және олардың бірегейлігін көрсету. | 1 |  |
| 7 | Ә7.Ұйым және оның коммуникативті мінез-құлқы. | 1 |  |
| ПЗ 7. Ұйымның ішкі және сыртқы, тік және көлденең ақпарат ағындарын жүйелеу. | 1 |  |
| **Аралық бақылау 1** | **100** |
| **МОДУЛЬ 2****Көрнекі және графикалық құралдарды пайдалану** |  |
| 8 | Д 8.Инфографиканың түрлері | 1 |  |
| ПС 8. Қоғамдық қатынастардың дифференциациясын оңтайландыру. | 1 |  |
| СОӨЖ 4. СӨЖ 3-ті енгізу бойынша консультациялар. Мамандықтың функцияларын өзгерту бойынша жаңа дереккөздермен танысыңыз. | 1 |  |
| 9 | Д 9. Мәтіндік және графикалық функциялардың өзара байланысы. | 1 |  |
| ПС 9. Әртүрлі тұтынушылық аудиториялармен өзара әрекеттесуді сипаттаңыз. | 1 |  |
| 10 | Д 10.Негізгі функциялар. | 1 |  |
| ПС 10. PR функцияларының әртүрлілігін көрсетіңіз. | 1 |  |
| СОӨЖ 5. СӨЖ 3 енгізу бойынша консультациялар. Цифрлық ортада тиімді әрекеттерді бағалау бойынша ықтимал ұсыныстарды іздеуді талқылау. | 1 |  |
| 11 | Д 11.Қоғамдық қатынастардағы ақпараттық өзара әрекеттесу әдістері. | 1 |  |
| ПС 11. Кері байланысты ұйымдастыру принциптерін көрсетіңіз. | 1 |  |
| СӨЖ 3. PR үшін инфографиялық тәсілдер «Цифрлық PR-дағы қоғаммен байланыс функциялары» (мудборд) көңіл-күй тақтасының сипаттамасын дайындаңыз. | **1** |  |
| 12 | Д 12. Іскерлік мақсаттарға арналған инфографика. | 1 |  |
| ПС 12. Жеке және коммерциялық мақсатқа арналған ақпаратты берудегі айырмашылықты көрсетіңіз. | 1 |  |
| СОӨЖ 6. СӨЖ 4 енгізу бойынша консультациялар.Компанияны таңдау, коммуникациялық бағалау жүргізу мерзімдері, бағыттары. | **1** |  |
| 13 | Д 13. Имидж компанияның стратегиялық табысының факторы ретінде. | 1 |  |
| ПС 13. Компания имиджін позициялау айғақтары. | 1 |  |
| СӨЖ 4. Визуализация. Ұлттық компанияның ақпараттық аудитінің критерийлерін ұсыну. | **1** |  |
| 14 | Д 14. Қоғамдық қатынастардағы дағдарыстардың алдын алу және проблемаларды басқару әдістері. | 1 |  |
| ПС 14. Дағдарысқа қарсы жоспарлауды қорытындылаңыз | 1 |  |
| 15 | Д 15.Қоғамдық қатынастар экономикасы. | 1 |  |
| ПС 15. PR-да бюджеттеуді қарастырыңыз. | 1 |  |
| **Аралық бақылау 2** | **100** |
| **Қорытынды бақылау (емтихан)** | **100** |
| **Пән бойынша ҚОРЫТЫНДЫ** | **100** |

**Журналистика факультетінің деканы,**

 **филол.ғыл.кандидаты\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Әуесбаев Қ.Ә.**

**"ЮНЕСКО журналистика және**

**коммуникация" кафедрасының меңгерушісі**

**доцент, филол.ғыл.кандидаты\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ошанова О.Ж.**

**Дәріскер**

**аға оқытушы, магистр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Керімбек Ж.С.**

**Жиынтық бағалауға арналған рубрикатор**

**Оқыту нәтижелерін бағалау критерийлері**

**СӨЖ 1. «Бәсекелестік артықшылықтар» (100%-дан 12% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 10-12%   | **«Жақсы»** 7-9%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **PR-да болжау әдістерін қолдану** | Қарым-қатынас процесін диагностикалау үшін жүйелі тәсілді толық пайдалана білу. | Коммуникациялық процестің күйін анықтау әдістерін фрагментті түрде таңдау мүмкіндігі. | Қарым-қатынас процесінің жағдайын анықтау үшін жеке құралдарды пайдалана білу. | Қарым-қатынасты болжау әдістері немесе плагиат пайдаланылмаған. |
| **Екі жақты байланыстың стандартты сипаттамалар мәлімдемесі** | Екі жақты қарым-қатынас принциптерін дәл түсіну. | Екі жақты қарым-қатынас принциптерін жалпы түрде түсіну. | Екі жақты байланыс принциптерінің фрагментті проекциясы, маңызды деректерді түсіру. | Екі жақты коммуникация құрылымын түсінбеу немесе плагиат |
| **Жаңа өзара әрекеттесу және позициялау сипатын анықтау** | Қоғаммен байланыстағы өзгерістердің ерекше атрибуттары анықталды. | Қоғаммен байланыстағы өзгерістердің кейбір атрибуттары анықталды. | Қоғаммен байланыстағы маңыздылығы аз өзгерістердің бір ғана атрибуттары анықталды. | Қоғаммен байланыстағы өзгерту немесе плагиат атрибуттары анықталмады. |
| **"Қоғаммен байланысты" дамытуға өз көзқарасын ұсыну** |  |  |  |  |

**СӨЖ 2. «Желілік алгоритмдер» (100%-дан 15% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 12-15%   | **«Жақсы»** 7-11%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Әлеуметтік желідегі статусты анықтау** | Талданатын пост мазмұнының беделді қолдау талаптарымен нақты сәйкестігі. | Талданатын пост мазмұнының жалпы мағынадағы репутациялық қолдау талаптарымен сәйкестігі. | Кейбір лауазымдар беделді қолдау критерийіне сәйкес келмейді, таңдау тұлғалардың даңқын көрсетпейді. | Жазбаларды қате таңдау немесе плагиат. |
| **Материалдық емес активтердің классификациясы** | Әсер етуші беделінің коммуникациялық артықшылықтарын еркін зерттейді. | Әсер етушінің беделінің коммуникациялық артықшылықтарының мүмкіндіктерін жалпы түрде көрсетеді немесе әсер етушілерді қате таңдайды. | Концептуалды талаптарды сақтамай, қарама-қайшылықты түрде әсер етуші беделінің коммуникациялық артықшылықтарының мүмкіндіктерін еркін ашады. | Әсер етушілерді немесе плагиатты таңдау аз немесе мүлдем жоқ. |
| **Әлеуметтік желінің ерекшеліктерін ескере отырып, танымалдылық компоненттерінің үйлесімін көрсету** | Жалпыға ортақ қысқа хабарламада іскерлік беделдің барлық маңызды құрамдастарын біріктіру мүмкіндігі. | Жалпыға ортақ қысқа хабарламада іскерлік бедел компоненттерінің көпшілігін біріктіру мүмкіндігі. | Қысқа жалпыға ортақ хабарламада іскерлік беделдің ең аз компоненттерін біріктіру мүмкіндігі. | Қоғамдық хабарламада іскерлік бедел құрамдастарының сыни болмауы немесе плагиат. |
| **Сенім деңгейін растау** | Интернеттегі адамға деген аудиторияның жоғары сенімінің дәлелі келтірілген. | Интернеттегі адамға деген аудиторияның жоғары сенімінің дәлелі жеткіліксіз. | Интернеттегі адамға деген аудиторияның жоғары сенімінің дәлелсіз дәлелдері келтірілген. | Интернеттегі адамға аудиторияның жоғары сенімінің дәлелі қате немесе плагиат. |

**СӨЖ 3. «PR үшін инфографиялық тәсілдер» (100%-дан 10% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 9-10%   | **«Жақсы»** 6-8%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-5%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Көшбасшылардың миссиясын қалыптастыру** | Компанияның жоғары лауазымды тұлғаларының әлеуметтік міндеттемелерінің кешенді жиынтығын ұсыну. | Компанияның жоғары лауазымды тұлғаларының жеке әлеуметтік міндеттемелері туралы мәлімдемесі. | Компанияның жоғары лауазымды тұлғаларының бірнеше әлеуметтік міндеттемелері туралы мәлімдемесі және олардың қате түсініктемелері. | Компанияның жоғары лауазымды тұлғаларының әлеуметтік міндеттемелерінің дұрыс емес мәлімдемесі немесе плагиат. |
| **Аңыздарды(легенда) құру механизмін түсіну** | Шығармашылық, қысқаша, есте қаларлық оқиғаны ұсыну. | Кәдімгі, қысқа, есте қалатын оқиғаны ұсыну. | Қысқа, есте қаларлық оқиғаларды шаблондар мен стереотиптер арқылы көрсету. | Қысқа, есте қаларлық әңгіме қалыптаспаған немесе плагиат |
| **Әлеуметтік желілердегі танымалдылық параметрлері** | Шығармашылық көзқарасқа ие болу және компания мен менеджерлердің әлеуметтік желілердегі танымалдылық принциптерін көрсету. | Ең аз шығармашылық көзқарастың болуы және компанияның және менеджерлердің әлеуметтік желілердегі танымалдылық принциптерінің көрсеткіші. | Шаблондық көзқарас және компанияның және менеджерлердің әлеуметтік желілердегі танымалдылық принциптеріне сілтемелердің болмауы. | Шығармашылық көрсетілмеді немесе плагиат |
| **Тәуекелдік рейтингі** | Компанияның және тұлғалардың беделіне қатысты барлық қауіп-қатерлер. | Компанияның және тұлғалардың беделіне негізгі қауіп төндіреді. | Компанияның және тұлғалардың беделіне бірнеше немесе кейбір дұрыс емес қатерлер келтірілген. | Қабылданған үлгілер тәуекел деңгейі немесе плагиат бойынша тапсырма талаптарын ашпайды. |

**СӨЖ 4. «Визуалиция» (100%-дан 15% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 12-15%   | **«Жақсы»** 7-11%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Ассоциативті ойлау** | Себеп-салдар мотивациясы бар ұқсас зерттеу нәтижелерінің түпнұсқасы. | Зерттеу қорытындысының дәстүрлі туындысы себеп-салдар мотивациясына ұқсас. | Себеп-салдарлық мотивациямен аналогиялық зерттеу нәтижелерін стереотиптеу және жеткіліксіз ашу. | Ешқандай салыстыру жоқ немесе плагиат |
| **Пікір таластыру қабілеті** | Ауызша маркерлермен позицияны таңдаудың анық құрылымын көрсету. | Жағдайдың ерекшелігіне терең бойлай алмай, вербальды маркерлермен позицияны таңдаудың типтік тұжырымын көрсету. | Ауызша маркерлермен позиция таңдаудың анық емес тұжырымын көрсету, қате позиция. | Позиция көрсетілмеген немесе плагиат. |
| **Сыни көзқарас** | Бедел квалиметриясының стереотиптері мен шығармашылық тәсілдер көрсетілген. | Бедел квалиметриясының бірыңғай тәсілдері көрсетілген. | Беделдің квалиметриясының минималды тәсілдері көрсетілген; | Сыни көзқарас көрсетілмеген немесе плагиат. |
| **Мысалдарды жаңарту** | Ерлер мен әйелдердің беделін қалыптастырудың соңғы және маңызды дәлелдері ұсынылған. | Ерлер мен әйелдердің беделін қалыптастырудың стандартты дәлелі ұсынылған. | Ерлер мен әйелдерде беделді қалыптастырудың ескірген немесе қате дәлелдері ұсынылған. | Ерлер мен әйелдер арасында беделді қалыптастырудың мысалдары жоқ немесе плагиат. |