**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Журналистикафакультеті**

**ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Келісілген:****Факультет деканы**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Әбдиманұлы Ө.* "27"маусым 2013ж. № 10 хаттама | *Университет ғылыми-әдістемелік кеңесінде бекітілді**Хаттама №\_\_\_ « \_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_ 2013 ж.*Оқу жұмысы жөніндегі проректор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2013 ж.. |

**PRShB 2203 «Қазақстан медиа нарығындағы халықаралық жобалар»**

**5В050400 - журналистика**

**күндізгі бөлім**

**Алматы, 2013**

Пән ПОӘК 5В050400 - журналистикамамандығы бойынша эксперименттік оқу бағдарламасы, элективті пәндердің катологы негізінде жасалды

#### ПОӘК құрастырған

Мухамедиева Назым Бейсембайқызы, аға оқытушы

**Кафедра мәжілісінде қаралып ұсынылды.** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«11 » маусым 2013 ж., хаттама № 42

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ниязғұлова А.А.

 (қолы)

### Факультеттің әдістеме (бюро) кеңесінде ұсынылды.

«20 » маусым 2013 ж., хаттама № 11

Төрайымы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Негізбаева М.О.

 (қолы)

**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

 **Журналистика факультеті**

**«ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс» мамандығы бойынша білім беру бағдарламасы**

Журналистика

факультетінің ғылыми кеңесінде бекітілді

№\_\_\_\_хаттама « \_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 ж. **Факультет деканы \_\_\_\_\_\_Ө.Әбдиманұлы**

**СИЛЛАБУС**

**Модуль №--, аты**

**PRShB 2203 «Қазақстан медиа нарығындағы халықаралық жобалар»**

**Силлабус**

**Дәріскер:**

Мухамедиева Назым Бейсембайқызы аға оқытушы. Телефондары (3773338 (13-44)

e-mail: nazym\_muhamedyeva@mail.ru; каб.: 224

Оқытушы (зертханалық сабақтар):

Мухамедиева Назым Бейсембайқызы аға оқытушы. Телефондары (3773338 (13-44)

e-mail: nazym\_muhamedyeva@mail.ru; каб.: 224

**Берілген пәннің міндеті мен мақсаты:**

**Пәннің мақсаттары мен міндеттері:** креативті жоба теориясының тиімділігін үйрену. PR-саясаттың нақты мақсаты мен мақсатты топтың басым бағыттарын анықтау.

**Пәннің мақсаты –** Студенттерді қоғаммен байланыс саласындағы ғылым, саясат,

журналистика және бизнес түріндегі кәсіби қызметін баулу. Пән барысында практикалық мәселелерге баса назар аударылады, теориялық тұрғыдан оқып-үйренген нәрселерді тәжірибемен ұштастыру пәннің басты мақсаты.

**Пәннің міндеттері:**

* қазіргі қоғамдағы басқару проблемасын түсіндіру;
* әлеуметтік және корпоративтік жауапкершіліктің айырмашылығын түсіндіру;
* PR-дың негізгі бағыттары, жүзеге асыруға қажетті талаптарды сипаттау;
* PR-дың БАҚ-пен байланысы. Теориялықжәнепрактикалықмәселелер;
* PR-маманы, оғанқойылатынталаптар, кәсібимінез-құлық.

**Құзыреттері (оқытудың нәтижелері):** пәнді оқып-үйрену барысында студенттер келесі біліктіліктерді қалыптастырады:

- бизнестің әлеуметтік жауапкершілік принциптерін білу;

- корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті орната білу;

- қоғаммен байланыс саласын өлшеудің машықтарын қолдану;

- PR-дағы стратегиялық жоспарлауды қолдану;

қоғаммен байланыс жөніндегі қазақстандық агенттіктердің жұмыс істеу механизмін үйрену;

- Қазақстандағы жыл сайын өткізілетін PR форум аясында қабылданатын шешімдердің логикасын түсіну;

- коммуникация саласындағы қолданбалы кәсіби мәселелер саласында шешім қабылдай білу;

- нақты мекеменің қоғаммен байланыс жағдайын өлшеуді қолдану.

- қоғаммен байланысты қолдану саласындағы міндеттер мен функцияларды білу;

- мемлекеттік құрылымдар, әлеуметтік-экономикалық сала, коммерциялық сектор, қоғамның өміріндегі мәдени және қоғамдық саяси салалардағы қоғаммен байланыс бөлімдерінің жұмысының табиғатын, ұйымдастырудың принциптерін білу;

- қоғамдық пікірді қалыптастыру және мақсатты, жүйелі зерттеу үдерісіндегі қоғаммен байланыстың ерекшеліктерін ашу;

- шығармашылық және кәсіби қызмет ретіндегі PR-маманының қызметімен танысу.

**Пререквизиттері** – **PRA 1201**“Қоғаммен байланысқа кіріспе”, «PR дың теориясы мен технологиясы»

**Постреквизиттері**.-«Қазіргі технологиялар»

**ПӘННІҢ ҚҰРЫЛЫМЫ, КӨЛЕМІ ЖӘНЕ МАЗМҰНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Апта** | **Пән «PRShB 2203» - «Қазақстан медиа нарығындағы халықаралық жобалар**3 кредит |
| **Тақырып атаулары** | **Сағатсаны** | **Балд ар** |
| **I тақырыптық блок****Шоу-бизнестегі PR дың ерекшелігі** |
| **1** | 1 дәріс. Медиа түсінігі | **1** |  |
| 1 зертханалық сабақ. Ақпараттық арна сипаттамасы, түрлері | **2** | **7** |
| 1 СОӨЖ. Медиа арнадағы ақпарат ерекшелігін талдау | **1** | **3** |
| **2** | 2 дәріс. Жаңа медиа ұғымы | **1** |  |
| 2 зертханалық сабақ. Жаңа медиа ресурстарын кешенді пайдалану  | **2** | **7** |
| 2 СОӨЖ. Әлеуметтік желіде ақпарат таратуды ұйымдастыру | **1** | **3** |
| **3** | 3 дәріс. Нарық деген не? | **1** |  |
| 3 зертханалық сабақ. Медиа нарық сипаттамасы | **2** | **7** |
| 3 СОӨЖ. Медиа нарық функцияларына мысал келтір | **1** | **3** |
| **4** | 4 дәріс. Жоба дегеніміз не? | **1** |  |
| 4 зертханалық сабақ. Жоба қолдану аясы, оның түрлері | **2** | **7** |
| 4 СОӨЖ. Жобаның негізгі функциясы | **1** | **3** |
| **2 тақырыптық блок****Жоба, олардың функциясы мен ролі** |
| **5** | 5 дәріс.Креатив түсінігі | **1** |  |
| 5 зертханалық сабақ.Идея креатив құралы ретінде  | **2** | **7** |
| 5 СОӨЖ. Еліміздің креатив ұғымына көзқарасы | **1** | **3** |
| **6** | 6 дәріс.Креативті жоба алғышарттары | **1** |  |
| 6 зертханалық сабақ. Креативті ойды қалыптасатырудағы әдіс тәсілдер | **2** | **7** |
| 6 СОӨЖ. Креативті жоба кез келген салада.  | **1** | **3** |
| **7** | 7 дәріс.Креативті жобаны ұйымдастыру әдістері | **1** |  |
| 7 зертханалық сабақКреатив технологиясы  | **2** | **7** |
| 7 СОӨЖ. Жаңа медиадағы креативтілік | **1** | **3** |
| **1 Аралық бақылау** | **30** |
|  | 8 дәріс.Еліміздегі креативті жобалар | **1** |  |
| 8 зертханалық сабақ. Жоба креативтілігін талдау | **2** | **7** |
| 8 СОӨЖ. Қазақстандағы аса танымал жобалар  |  | **3** |
| **9** | **9 дәріс.**Ресейдегі креативті жобалар | **1** |  |
| 9 **зертханалық сабақ** Ресейдегі жаңа медианы талдау | **2** | **7** |
| 9 СОӨЖ. Ресейлік аса танымал жобалар | **1** | **3** |
| **3 тақырыптық блок****Халықаралық жоба еліміздегі медиа нарықта** |
| **10** | 10 дәрісАмерикадағы креативті жобалар | **1** |  |
| 10 зертханалық сабақ. Ресейдегі жаңа медианы талдау  | **2** | **7** |
| 10 СОӨЖ. Америкалық аса танымал жобалар | **1** | **3** |
| **11** | 11 дәріс. Халықаралық жоба ұғымы | **1** |  |
| 11 зертханалық сабақ. Халықаралық жоба түрлері мен функциясы | **2** | **7** |
| 11 СОӨЖ.Халықаралық жобалар рөлі | **1** | **3** |
| **12** | 12 дәріс. Медиа нарық және халықаралық жобалар | **1** |  |
| 12зертханалық сабақ.Медиа нарықтың жобаларды позициялауы | **2** | **7** |
| 12 СОӨЖ. Медиа нарықтағы халықаралық жобалар | **1** | **3** |
| **13** | 13 дәріс. Шетелдік медиа нарық және қалықаралық жоба | **1****2** |  |
| 13 зертханалық сабақ. Шетелдік медиа нарықты талдау | **2** | **7** |
| 13 СОӨЖ. Шетелдік медиадағы халықаралық жоба | **1** | **3** |
| **14** | 14 дәріс. Еліміздегі медиа нарықтағы жобалар | **1** |  |
| 14 зертханалық сабақ. Қазақстан медиа нарығындағы жобаларды талдау | **2** | **7** |
| 14 СОӨЖ.Халықаралық жобалардың еліміздегі рөлі | **1** | **3** |
| **15** | 15 дәріс. Қазақстандағы медиа нарықтағы креативтілік | **1** |  |
| 15 зертханалық сабақ. Медиа нарықты алға жылжыту | **2** | **7** |
| 15 СОӨЖ.Қазақстандағымедианарықтағыхалықаралықжобалардыалғажылжытудағыжаңаидеялар. Реферат | **1** | **3** |
|  | **2Аралық бақылау** |  |  **20** |
| **Емтихан** |  | **100** |
|  | **Барлығы:** | **15** | **300** | **15** |

**Қолданылатын әдебиеттер тізімі**

**Негізгі:**

1. Ахметова Л.С. Пресс-релиз. Пресс-конференция. Опыт работы. – Алматы, 2013. – 87 с.
2. Коноплев Е.С.. Info-драйвер: как выжить в мире информации.- СПб., 2009

Мадук К., Малан М., Энегебретсен Н., Хашми М., Шарма П., Этценхаузер Ш. Найти историю и верно ее передать. Тема ВИЧ на телевидении. Серия ЮНЕСКО. – 2011. – 170 с.

1. Международные и зарубежные программы в Казахстане. Части 1. 2, 2. – 2002.
2. Модель учебной программы по журналистике. Серия ЮНЕСКО. – 2009. – 107 с.
3. Оранжевые сети от Белграда до Бишкека. – СПб.: Алетейя. - 2008. – 208 с.
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии.- М., 2011

Қосымша:

1. Берёзкин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М.: РИП-холдинг, 2008. -174с.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: Учеб. пособие. -М.: Аспект-Пресс, 2010. -191с.
3. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. - М.: Акад. проект, 2007. -380с.
4. Чумиков, А.Н.. Связи с общественностью.- М., 2010
5. Шарков, Ф.И.. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг.- М.,2012

**Балл бөлу**

Лабораториялықсабақтар - 105 (еңжоғары)

ОСӨЖ – 45 (еңжоғары)

Аралықбақылау - 50 (еңжоғары)

Емтихан – 100 (еңжоғары)

Барлығы: 300

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1  | Аралықбақылау 1  | 100  | 50  | 1-7 аптааралығындағытапсмырмалардыңбарлықтүріненбағалардың саны  |
| 2  | Аралықбақылау 2  | 100  | 50  | 8-15 аптааралығындағытапсмырмалардыңбарлықтүріненбағалардың саны  |
| 3  | Ағымдағыүлгерімбағасы | (РК1+РК2)/2=100  | 50  | Орта арифметикалық АБ 1 және АБ 2  |
| 4  | Қорытындыбақылаубағасы (емтиханбағасы)  | 100  | 50  |
| 5  | Пәнніңқорытындыбағасы | 100  | 50  | Ағымдағыүлгерімжәнеемтиханбағасыныңортаарияметиткалықбағасы |

*Кафедра мәжілісінде қарастырылды*

*№ \_\_11\_ хаттама «20» 06 2013 ж.*

**Кафедра меңгерушісі Ә.А.Ниязгулова**

**Дәріс оқушы Мухамедиева Н.Б**