**Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті**

**Журналистика факультеті**

**СИЛЛАБУС**

**Қоғаммен байланыс**

**Мамандығы бойынша білім беру бағдарламасы**

**2022-2023 оқу жылының күзгі семестрі**

**Ньюсмейкинг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пән коды** | **Пән атауы** | | **Магистранттың өзіндік жұмысы (МӨЖ)** | **кредит саны** | | | | **Кредит саны** | | **Магистранттың оқытушы басшылығымен өзіндік жұмысы (СОӨЖ)** |
| **Дәрістер (Д)** | **Практ. сабақтар (ПС)** | | **Семинар (С)** |
|  | **Ньюсмейкинг.** | |  | 1 | 0 | | 2 | 3 | | 7 |
| **Курс туралы академиялық ақпарат** | | | | | | | | | | |
| **Оқытудың түрі** | **Курстың типі/сипаты** | | **Дәріс түрлері** | | **Практикалық сабақтардың түрлері** | | | **Қорытынды бақылау түрі** | | |
| Дәріскер | | Иманалиев Жалғас Оспаналиевич,  Ф.ғ.к., аға оқытушы | | | | Офис-сағаттар | | | Кесте бойынша | |
| e-mail | | Jalgas73@mail.ru | | | |
| Телефоны | | 377 33 33 ( ) | | | | Дәрісхана | | |  | |

|  |
| --- |
| **Курстың академиялық презентациясы** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Пәннің мақсаты** | **\*Оқытудың күтілетін нәтижелері (ОН)**  Пәнді оқыту нәтижесінде білім алушы қабілетті болады: | **ОН қол жеткізу индикаторлары (ЖИ)**  (әрбір ОН-ге кемінде 2 индикатор) |
| Ньюсмейкинг.  мен компаниялар арасындағы диалог қажеттілігін арттыратындықтанкоммуникацияның ерекше әлеуметтік-мәдени феномен ретінде тұжырымдамалық түсінігінің өзектілігі қазіргі жағдайда артып келеді. Жаңа жағдайда мәдени өрістердің «қиылысу» нүктелері әр түрлі болады. Жаһандану өркениеттік даму факторы ретінде қарым -қатынас үшін жаңа мүмкіндіктер ашатын ақпараттық технологиялардың дамуының сапалы жаңа деңгейіне негізделген. Осылайша, коммуникативтіліксондай-ақ интерактивтілік қазіргі ақпараттық технологияларды меңгеру деңгейінде. | **ОН 1.** Коммуникацияның маңызды сипаттамаларын және түсініктері мен тұжырымдамаларын оқыту; | ЖИ 1.1. Коммуникацияны модельдеу ұғымына теориялық сипаттама беру.  ЖИ 1.2. Коммуникациялық консалтинг диалогты құруды білу ;  ЖИ 1.3. Әлеуметтік мәдени феномен ретінде коммуникация түрлерін анықтау;  ЖИ 1.4. Коммуникациялық консалтинг мен ақпараттық технологиялар дәуірінде жаңа байланыс жүйесі ретінде ғаламтордың маңызды сипаттамаларын анықтау;; |
| **ОН 2.** Коммуникацияның теориялық модельдердің ерекшеліктерін анықтау сонымен қатар жаһандану жағдайында үдерісін талдау; | ЖИ 2.1. Коммуникативті дамудың қазіргі кезеңінің ерекшеліктерін білу;  ЖИ 2.2. Әлемдік деңгейдегі қоммуникацияның теориялық модельдердің ерекшеліктерін анықтау;  ЖИ 2.3. қарым-қатынас жасау және оларды жаһандану жағдайында талдау үдерістерін анықтау;  ЖИ 2.4. ақпаратты қабылдаудың психикалық қатынастарына әсері  әлеуметтік белсенділік; |
| **ОН 3.** Коммуникативті дамудың қазіргі кезеңінің ерекшеліктерін білу; | ЖИ 3.1. Ньюсмейкинг және ақпараттық технологиялардың дамуының әсеріненкоммуникативтік қатынастардың трансформациялану сипатын ашу;  ЖИ 3.2. Коммуникативті ақпарат құралдарының қалыптасуы мен даму кезеңдері ашу; |
| **ОН 4** Коммуникациялық консалтинг ақпараттық технологиялар дәуірінде жаңа байланыс жүйесі ретінде Интернеттің маңызды сипаттамаларын анықтау; | ЖИ 4.1. Коммуникативті кеңістікте қарым -қатынастың сапалы жаңа формаларының пайда болу себептері мен өзара әрекеттесу әдістері анықтау;  ЖИ 4.2. Коммуникациядағы «кеңістік», «уақыт», «шындық» ұғымдарының мазмұнын кеңейту жаңа компьютерлік технологиялар мен интернеттің әсерінен анықтау; |
|  |  |
| **Пререквизит-**  **Тер** **мен**  **постреквизиттер** | Орта және арнайы білім беру бағдарламасының көлеміндегі коммуникацияның дамуын көрсету. Қарым-қатынас, менеджмент, маркетинг.  MMSK1403, ТPPR2206 | |
| Әдебиеттер және ресурстар | **Әдебиет**  **Негізгі:**   1. Шыңғысова Н.Т. «Іскерлік қатынас ережелері» пәнін оқытудың технологиясы». Оқу-әдістемелік нұсқау. Алматы, Қазақ университеті, 2017. 2. Ахметова Л.С. Принципы делового общения. – М.: РАЕ, 2015. 3. Д. Салливан. Проще говоря. Как писать деловые письма, проводить презентации, общаться с коллегами и клиентами. Альпина паблишер, 2019. 4. Н.Зверева. Правила делового общения. 33 "нельзя" и 33 "можно". Альпина паблишер, 2018. 5. Е.П. Ильин. Психология делового общения. Питер, 2017. 6. Қосымша: 7. Деловое общение: учебное пособие/авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - М.:Дашков и К,2007. 8. Крымова Л.Этика делового общения: уч. пособие. - Томск: ТГПУ, 2006 9. Лебедева М. Технология ведения переговоров. – М., 2010. 10. Мортимер Адлер. Искусство говорить и слушать. Манн, Иванов и Фербер, 2013. 11. Гевин Кеннеди. Как добиваться максимума в любых переговорах. Альпина Бизнес букс, 2017 12. Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учеб. пособие для вузов / И. Н. Кузнецов. – М.: Дашков и К°, 2007. 13. Политкорректность в СМИ Казахстана: поиск гармонии. Алматы, 2007   **Қосымша:**  1.Лапкин В.В. Универсальная цивилизация: болезнь роста и ее симптомы. // Политические институты на рубеже тысячелетий. Дубна 2001г. С.19.  2.Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы. М.1998.  3.Перес Ш. Новый Ближний Восток. М.1994.  4.Канетти Э.Масса и власть. М.1997.С.16  5.Қарымсақова Р. Жаз, бірақ ушықтырма. Алматы, 2007  6.Райх В. Неспособность к свободе // Дружба народов.№10.1994.    **Интернет-ресурстары:**  <http://www.eim.org/>  <http://www.vof.kg/>  [www.journalistexpress.com](http://www.journalistexpress.com/)  [http://www.medianet.kz](http://www.medianet.kz/)  [www.journalistexpress.com](http://www.journalistexpress.com/)  [www.journalism.narod.ru/pressa](http://www.journalism.narod.ru/pressa)  [http://www.pulitzer.org](http://www.pulitzer.org/)  <http://home.about.com/newsissues>  <http://www.ifj.org/>  [http://www.adilsoz.kz](http://www.adilsoz.kz/)  [http://www.eurasianmediaforum.kz](http://www.eurasianmediaforum.kz/);  [http://www.mediaclub.kz](http://www.mediaclub.kz/)  <http://www.thomsonfoundation.co.uk/>  <http://www.writerswrite.com/journalism/jschool.htm> | |
| Университет -тің моральды-этикалық құндылықтары контекстіндегі академиялық саясат | **Академиялық тәртіп ережелері:**  Барлық білім алушылар ЖООК-қа тіркелу қажет. Онлайн курс модульдерін өту мерзімі пәнді оқыту кестесіне сәйкес мүлтіксіз сақталуы тиіс.  **НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ!** Дедлайндарды сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі! Әрбір тапсырманың дедлайны оқу курсының мазмұнын жүзеге асыру күнтізбесінде (кестесінде), сондай-ақ ЖООК-та көрсетілген.  **Академиялық құндылықтар:**  - Практикалық / зертханалық сабақтар, СӨЖ өзіндік, шығармашылық сипатта болуы керек.  - Бақылаудың барлық кезеңінде плагиатқа, жалған ақпаратқа, көшіруге тыйым салынады.  - Мүмкіндігі шектеулі студенттер [gulzhan5055@mail.ru](mailto:gulzhan5055@mail.ru) е-мекенжайы бойынша консультациялық көмек ала алады. | |
| Бағалау және аттестациялау саясаты | Критериалды бағалау: дескрипторларға сәйкес оқыту нәтижелерін бағалау (аралық бақылау мен емтихандарда құзыреттіліктің қалыптасуын тексеру).  Жиынтық бағалау: аудиториядағы (вебинардағы) жұмыстың белсенділігін бағалау; орындалған тапсырманы бағалау. | |

**Оқу курсы мазмұнын жүзеге асыру күнтізбесі:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Апта | Тақырып атауы | **Сағат саны** | **Макс.**  **балл\*\*\*** |
| **Модуль 1** | | | |
| 1 | **Д1.** Жаңа технологиялар және медиа: теориялық ұғымдардың эволюциясы. | 1 | 2 |
| **С1.** Коммуникация және коммуникация түрлері | 2 | 8 |
| 2 | **Д2.** Қоғаммен байланыс ұйымдарындағы жоба және оның түрлері | 1 | 2 |
| **С2.** Қазақстан, ТМД және әлемдегі даму кезеңдері. Қоғамдық байланыстың объектісі және субъектісі. Қазақстандағы PR-қызметі нарығының сипаты | 2 | 8 |
| 3 | **Д3.** Бұқаралық коммуникацияның қоғамдағы орны. | 1 | 2 |
| **С3.** «Іскери этика жəне оның функциялары». «Іскери қатынас ерекшеліктері».Әлеуметтік саладағы Нетворкинг және PR | 2 | 8 |
| **Модуль 2** | | | |
| 4 | **Д4.** Қызметтік қарым-қатынас этикасы. Қызметтегі өзара қатынас мəдениеті.Жобаның менеджерлік тобы. | 1 | 2 |
| **С4.** «Бұқаралық коммуникацияның аудиторияны қажет ету тәуелділігі» теориясы | 2 | 8 |
|  | **МОӨЖ.** Мотивация жәнеАқпаратты баспасөз, радио, теледидар, интернет арқылы таратудың жүйесін орнату, баспагерлердің ақпаратқа қызығушылығын оятып, қалыптастырып, қолдау |  | 25 |
| 5 | **Д5.** Көпшілік алдында сөз сөйлеу. Іскери əңгіме-дүкен құру. **Іскери ойын.**Нетворкинг жәнеPR Жоба басшылары мен жобалаушының арасындағы арақатынасы | 1 | 2 |
| **С5.** Мотивация жәнеЖеке аралас PR салалары мен нормативтік актілер | 2 | 8 |
| **МОӨЖ.** «Жеке қарым-қатынас этикасы». «Қазақ халқының əдебі». Реферат. Нетворкинг жәнеPR дың қоғамға әсері | 1 | 25 |
|  | **№1 АБ** |  | **100** |
| 6 | **Д6.** Мотивация жәнеКәсіби этика және мемлекеттік қызметкерлердің этикалық ерекшеліктері | 1 | 2 |
| **С6.** Мотивация жәнеКәсіби этика және мемлекеттік қызметкерлердің этикалық ерекшеліктері. Журналистің кәсіби этикасы. Қоғамдық байланыс маманының іс-әрекетінің кәсіби тәртібі | 2 | 8 |
| 7 | **Д7.** Мотивация және«Əңгімелесу».PR жобалардың атқаруын бақылау | 1 | 2 |
| **С7.** Іскери қарым-қатынас мәдениеті.Телефонмен сөйлесу техникасы. Этикалық нормалар. PR-дың негізгі түрлері: саяси; сату (маркетинг-жарнама) және медиа PR. Заңды-заңсыз және шартты-заңды (пікірталас тудыратын, заңдық тұрғыдан бірнеше рет тұжырымдалған) технологиялар | 2 | 8 |
| **МОӨЖ.** Мотивация жәнеТиімді және тиімсіз технологиялар.  Бейресми жіктеу. «Ақ PR» – түсіну өнері, ақпараттық ашықтық, пікірталас туғызуға негіз бермейтін ақпараттық себептер. |  | 25 |
| 8 | **Д8.** Мотивация жәнеPR- жоба концепциясын жасау. | 1 | 2 |
| **С8.** Мотивация жәнеҚоғамды ақпараттандыру. Бұл үлгінің алдыңғы үлгіден айырмашылығы. Оның басты мақсаты паблисити мен жарнаманы қамтамасыз ету емес, халыққа ақиқат, нақты ақпарат беру екенін дәлелдеу | 2 | 8 |
| 9 | **Д9.** Мотивация жәнеPR- жоба концепциясын жасау. | 1 | 2 |
| **С9.** Мотивация жәнеҚоғамдық пікірді зерттеу | 2 | 8 |
| 10 | **Д10.** Келіспеушілік жағдайындағы мінез-құлық нормалары Нетворкинг жәнеЖобаларды басқару сапасы мен ыңғайсыз жағдайдан абай болу. | 1 | 2 |
| **С10.** «Сіздің қарым- қатынас стиліңіз». Тест | 2 | 8 |
|  | **МОӨЖ.** Оқиғалы маркетинг және менеджмент Оқиғалы коммуникацияның жіктелісі: тиімділікті бағалау |  | 25 |
|  | **АБ (Midterm)** |  | **100** |
| **Модуль 3. PR-дағы зерттеу әдістері** | | | |
| 11 | **Д11.** Жобаларды басқару сапасы мен ыңғайсыз жағдайдан абай болу. | 1 | 2 |
| **С11.** Мотивация жәнеДиалогқа қатысушы екі адамның интонациялық айырмашылықтары. Сөйлеу тілінің монологқа құрылуы Ауызекі сөйлеу тілінде әдеби кейіпкердің сөйлеу ерекшелігі мен мінезін таныту. | 2 | 8 |
| 12 | **Д12.** Табыстың ережесі және кілті. Әлемдік үздік тәжірибелер. **Кейс-стади.** Мотивация жәнеPR менеджментің жобадағы салмағы. | 1 | 2 |
| **С12** Мотивация жәнеконсалтинг | 2 | 8 |
|  | **МОӨЖ.** Мотивация жәнеКинофильмдегі жарнама |  | 16 |
| 13 | **Д13.** Project Manager, Primavera, Spider Project. Бағдармалардың әлсіз және мықты жақтары. | 1 | 2 |
| **С13.** Нетворкинг жәнеPR әсері | 2 | 8 |
| **МОӨЖ.** Тіл шұбарлылығы. Қысқарған сөздер т.б. түсінікті етіп берудегі тілдік бірізділік мәселесі | 1 | 17 |
| 14 | **Д14.** Мотивация жәнеPR жобаларды басқарудағы шаблондардың мәліметтері: «PM Expert» Project Management Consulting:. | 1 | 2 |
| **С14.** Нетворкинг жәнеPR қанатты сөздердің стильдік қызметі. Экспрессивті тұрақты сөз тіркестері. Көркемдегіш, бейнелегіш құралдардың жасалуы, оның құрылымдық түзілісі | 2 | 8 |
| 15 | **Д15.** Қақтығысты басқару қалай жүзеге асырылады? | 1 | 2 |
| **С15.** Мотивация жәнеЖарнамадағы пікірталас. | 2 | 8 |
| **МОӨЖ.** Тұлға этикасы. Этика және дүниетаным. Этика және логика. **Жобалау-ұйымдастыру әдісі.** Нетворкинг жәнеІс –жүзінде презентация жасаудың технологиясы | 1 | 17 |
|  | **№2 АБ** |  | **100** |
|  | **Емтихан** |  | **100** |

**Факультет деканы** Мадиев С.Ш.

**Кафедра меңгерушісі** Шыңғысова Н.Т.

**Әдістемелік бюро төрағасы** Негизбаева М.О..

**Дәріскер** Иманалиев Ж.О.