**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2023-2024 учебного года**

**Образовательная программа 6В03203 - «Журналистика»**

**2 курс, казахское отделение**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ID и наименование дисциплины** | | **Самостоятельная работа студента**  **(СРС)** | | | **Кол-во кредитов** | | | **Общее**  **кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента**  **под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** |
| 65996  Теория и практика паблик рилейшнз | | 4 | | | 3 | 3 | 0 | 6 | 6 |
| **АКАДЕМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ** | | | | | | | | | |
| **Формат обучения** | | **Цикл,**  **компонент** | | **Типы лекций** | | **Типы практических занятий** | | **Форма и платформа**  **итогового контроля** | |
| Офлайн | | Базовая дисциплина вузовский компонент | | Информационная, дискуссионная,  проблемная | | Ситуационные задания, деловые игры и полемика | | Стандартный письменный оффлайн  ИС «Univer» | |
| **Лектор - (ы)** | | Акынбекова Алтын Бакашовна , PhD и.о., доцента | | | | | |
| **e-mail:** | | Akynbek75@gmail.com | | | | | |
| **Телефон:** | | + 7 777 275 08 61 (моб.) | | | | | |
| **Ассистент- (ы)** | | - | | | | | |
| **e-mail:** | | - | | | | | |
| **Телефон:** | | - | | | | | |
| **АКАДЕМИЧЕСКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | | | | | | | |
| **Цель дисциплины** | | **Ожидаемые результаты обучения (РО)**  В результате обучения по дисциплине обучающийся будет способен | | | | | | **Индикаторы достижения РО (ИД)** | |
| Сформировать у студентов способность выполнять в будущем обязанности специалиста по PR в Казахстане и за рубежом, участвовать в практической реализации коммуникационных проектов в публичной сфере, осуществлять мониторинг результатов PR-активности. | | 1. Воспроизводить профессиональные идеи основателей PR А.Ли, Э.Бернайза, С.Блека о видах и функциях связей с общественностью. | | | | | | 1.1 Излагает сущностные константы профессии. | |
| 1.2 Комбинирует для информирования общественности классические и современные концепции связей с общественностью. | |
| 1.3 Демонстрирует на примерах потенциал PR-деятельности в Казахстане и за рубежом. | |
| 2. Сравнивать коммуникативное поведение организаций, обеспечивать взаимодействие с государственными органами, профессиональными сообществами, СМИ, блогерами. | | | | | | 2.1 Выстраивает устойчивые коммуникационные действия. | |
| 2.2 Объясняет структуру PR-подразделении или пресс-службы. | |
| 2.3 Разнообразит инструментальные наборы связей с общественностью. | |
| 3. Соотносить модели PR с ценностными установками сегментов общественности в благоприятных и кризисных условиях. | | | | | | 3.1 Использует модели, идеи и способы решения профессиональных PR-задач. | |
| 3.2 Воздействует на общественное мнение. | |
| 3.3 Реагирует на информационные кризисы. | |
| 4. Различать коммуникационные методы поддержания имиджа, традиционные и инновационные инструменты анализа, планирования, реализации, презентации и оценки эффективности PR-акций. | | | | | | 4.1 Определяет характер PR-акции. | |
| 4.2 Соблюдает обязательные этапы при проведении PR-компании. | |
| 4.3 Наращивает ценность бренда и репутации. | |
| 5. Создавать значимые информационные поводы для реализации событий и проекты, применяя опыт, распространяемый через ежегодные Медиакурылтай и PR-Форум в Казахстане. | | | | | | 5.1 Предлагает креативные виды презентации событий. | |
| 5.2 Мониторит результаты выполненных коммуникационных проектов. | |
| 5.3 Усиливает коммуникации за счет профессионального багажа известных специалистов в сфере связей с общественностью. | |
| **Пререквизиты** | | «Введение в «связи с общественностью (PR)», «PR-технологии» | | | | | | | |
| **Постреквизиты** | | «Антикризисный PR», «Внутренний PR», «Реклама и креатив» | | | | | | | |
| **Учебные ресурсы** | | **Литература**  Основная  1. Горохов В.М., Гринберг Т.Э и др. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии. - М., 2018.  2. Блэк С. Паблик рилейшнз. - М., 2002.  3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М., 2023.  4. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. - СПб., 2018.  Дополнительная  5. Вылегжанин Д.А. Теория и практика связей с общественностью. - М., 2019.  6. Johnston J., Sheehan M. Theory and Practice Public Relations. - Sydney, 2014.  7. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. - М., 2019.  **Исследовательская инфраструктура**  1. Студенческий пресс-центр (ауд. 201а).  **Интернет-ресурсы**  1. httр://librery.kaznu.kz/ru Библиотека КазНУ  2. httр://pressсlub.kz Казахстанский пресс-клуб  3. httр://www.naso.kz НАСО  4. httр://www.facebook.com/prstudentconference/ Студенческая конференция «Сиреневый PRорыв»  5. http://www.prjournal.ru/ Журнал «PR в России»  6. httр://www.mediascope.ru Научные материалы по специальности СО  7. httр://prweek.com Международный журнал «PRWeekUK» | | | | | | | |
| **Академическая политика дисциплины** | | Академическая политика дисциплины определяется [Академической политикой](https://univer.kaznu.kz/Content/instructions/%D0%90%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf) и [Политикой академической честности КазНУ имени аль-Фараби.](https://univer.kaznu.kz/Content/instructions/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8.pdf)  Документы доступны на главной странице ИС Univer.  **Интеграция науки и образования.** Научно-исследовательская работа студентов – это углубление учебного процесса. Она организуется непосредственно на кафедрах, в лабораториях, научных и проектных подразделениях университета, в студенческих научно-технических объединениях. Самостоятельная работа обучающихся на всех уровнях образования направлена на развитие исследовательских навыков и компетенций на основе получения нового знания с применением современных научно-исследовательских и информационных технологий. Преподаватель исследовательского университета интегрирует результаты научной деятельности в тематику лекций и семинарских (практических) занятий, лабораторных занятий и в задания СРОП, СРО, которые отражаются в силлабусе и отвечают за актуальность тематик учебных занятий изаданий.  **Посещаемость.** Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания дисциплины. Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов.  **Академическая честность.** Практические/лабораторные занятия, СРО развивают у обучающегося самостоятельность, критическое мышление, креативность. Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах выполнения заданий.  Соблюдение академической честности в период теоретического обучения и на экзаменах помимо основных политик регламентируют [«Правила проведения итогового контроля»](https://univer.kaznu.kz/Content/instructions/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8F%20%D0%9B%D0%AD%D0%A1%202022-2023%20%D1%83%D1%87%D0%B3%D0%BE%D0%B4%20%D1%80%D1%83%D1%81%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B5.pdf), [«Инструкции для проведения итогового контроля осеннего/весеннего семестра текущего учебного года»](https://univer.kaznu.kz/Content/instructions/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8F%20%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D0%B3%D0%BE%20%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%202022-2023.pdf), «Положение о проверке текстовых документов обучающихся на наличие заимствований».  Документы доступны на главной странице ИС Univer.  **Основные принципы инклюзивного образования.** Образовательная среда университета задумана как безопасное место, где всегда присутствуют поддержка и равное отношение со стороны преподавателя ко всем обучающимся и обучающихся друг к другу независимо от гендерной, расовой/ этнической принадлежности, религиозных убеждений, социально-экономического статуса, физического здоровья студента и др. Все люди нуждаются в поддержке и дружбе ровесников и сокурсников. Для всех студентов достижение прогресса скорее в том, что они могут делать, чем в том, что не могут. Разнообразие усиливает все стороны жизни.  Все обучающиеся, особенно с ограниченными возможностями, могут получать консультативную помощь по е-mail [Rozhkov.A.W@yandex.kz](mailto:Rozhkov.A.W@yandex.kz) либо посредством видеосвязи на платформе Zoom https://us05web.zoom.us/j/9168701693?pwd=WnYrSStvVmpOdEMvWVZiOGY4MklyUT09.  **Интеграция МООC (massive open online course).** В случае интеграции МООC в дисциплину, всем обучающимся необходимо зарегистрироваться на МООC. Сроки прохождения модулей МООC должны неукоснительно соблюдаться в соответствии с графиком изучения дисциплины.  **ВНИМАНИЕ!** Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания дисциплины, а также в МООC. Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов. | | | | | | | |
| **ИНФОРМАЦИЯ О ПРЕПОДАВАНИИ, ОБУЧЕНИИ И ОЦЕНИВАНИИ** | | | | | | | | | |
| **Балльно-рейтинговая**  **буквенная система оценки учета учебных достижений** | | | | | | **Методы оценивания** | | | |
| **Оценка** | **Цифровой**  **эквивалент**  **баллов** | | **Баллы,**  **% содержание** | **Оценка по традиционной системе** | | **Критериальное оценивание** – процесс соотнесения реально достигнутых результатов обучения с ожидаемыми результатами обучения на основе четко выработанных критериев. Основано на формативном и суммативном оценивании.  **Формативное оценивание –** вид оценивания, который проводится в ходе повседневной учебной деятельности. Является текущим показателем успеваемости. Обеспечивает оперативную взаимосвязь между обучающимся и преподавателем. Позволяет определить возможности обучающегося, выявить трудности, помочь в достижении наилучших результатов, своевременно корректировать преподавателю образовательный процесс. Оценивается выполнение заданий, активность работы в аудитории во время лекций, семинаров, практических занятий (дискуссии, викторины, дебаты, круглые столы, лабораторные работы и т. д.). Оцениваются приобретенные знания и компетенции.  **Суммативное оценивание** –вид оценивания, который проводится по завершению изучения раздела в соответствии с программой дисциплины.Проводится 3-4 раза за семестр при выполнении СРО. Это оценивание освоения ожидаемых результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами. Позволяет определять и фиксировать уровень освоения дисциплины за определенный период. Оцениваются результаты обучения. | | | |
| A | 4,0 | | 95-100 | Отлично | |
| A- | 3,67 | | 90-94 |
| B+ | 3,33 | | 85-89 | Хорошо | |
| B | 3,0 | | 80-84 | **Формативное и суммативное оценивание** | | | **Баллы % содержание** |
| B- | 2,67 | | 75-79 | Активность на лекциях | | | 5 |
| C+ | 2,33 | | 70-74 | Работа на практических занятиях | | | 20 |
| C | 2,0 | | 65-69 | Удовлетворительно | | Самостоятельная работа | | | 25 |
| C- | 1,67 | | 60-64 | Проектная и творческая деятельность | | | 10 |
| D+ | 1,33 | | 55-59 | Неудовлетворительно | | Итоговый контроль (экзамен) | | | 40 |
| D | 1,0 | | 50-54 | ИТОГО | | | 100 |
| **Календарь (график) реализации содержания дисциплины. Методы преподавания и обучения.** | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Неделя** | **Название темы** | **Кол-во часов** | **Макс.**  **балл** |
| **МОДУЛЬ 1**  **Компоненты института паблик рилейшнз** | | | |
| 1 | **Л 1.** Формирование связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса. | 1 | 2 |
| **ПЗ 1.** Показать ценность и значение PR в XXI веке. | 2 | 8 |
| 2 | **Л 2.** Развитие связей с общественностью в Казахстане. | 1 | 1 |
| **ПЗ 2.** Исследовать положение казахстанских связей с общественностью. | 2 | 8 |
| **СРСП 1. Консультации по выполнению СРС 1.** Инструктаж по выбору направления и проведению исследования «Форсайтные коммуникации». | 1 | 1 |
| 3 | **Л 3.** Взаимодействие в современном обществе многополярности и цифровых влияний. | 1 | 2 |
| **ПЗ 3.** Определить гармонизацию личных и общественных интересов средствами PR. | 2 | 8 |
| **СРСП 2.** Консультации по выполнению **СРС 1.** Уточнение структуры эссе и обзор предполагеых примеров. | 1 | 1 |
| 4 | **Л 4.** Основные этапы деятельности при проведении PR-компании. | 1 | 2 |
| **ПЗ 4.** Выделить последовательность PR-кампании. | 2 | 8 |
| **СРС 1. Лидерство отрасли.** Написать эссе с элементами собственного исследования по лидерству PR в мире и в Казахстане «Форсайтные коммуникации». | 6 | 13 |
| 5 | **Л 5.** Пресс-службы в органах государственной власти. | 1 | 2 |
| **ПЗ 5.** Классифицировать пресс-службы как связующее звено со СМИ, блогерами и населением. | 2 | 8 |
| **СРСП 3.** Консультации по выполнению **СРС 2.** Уточнение по выбору предмета, рассматриваемым сферам проектов, ставших успешными в отечественном PR. | 1 | 1 |
| 6 | **Л 6.** Общественность и общественное мнение. | 1 | 2 |
| **ПЗ 6.** Дать характеристики коммуникаторам и реципиентам в PR. | 2 | 8 |
| **СРС 2. Проектные индикаторы.** Составьте кейс отмеченных казахстанской PR-премией «Ак мерген» проектов и выделите их уникальность. | 6 | 14 |
| 7 | **Л 7.** Организация и ее коммуникативное поведение. | 1 | 2 |
| **ПЗ 7.** Систематизировать внутренние и внешние, вертикальные и горизонтальные информационные потоки организации. | 2 | 8 |
| **Рубежный контроль 1** | | | **100** |
| **МОДУЛЬ 2**  **Информационно-коммуникационное воздействие** | | |  |
| 8 | **Л 8.** Виды PR. | 1 | 2 |
| **ПЗ 8.** Упорядочить дифференциацию связей с общественностью. | 2 | 7 |
| **СРСП 4.** Консультации по выполнению **СРС 3.** Ознакомиться с новыми источниками по изменению функций прфоессии. | 1 | 1 |
| 9 | **Л 9.** Целевые и ключевые аудитории современной корпорации. | 1 | 2 |
| **ПЗ 9.** Описать взаимодействие с различными аудиториями потребителей. | 2 | 7 |
| 10 | **Л 10.** Основные функции. | 1 | 2 |
| **ПЗ 10.** Проиллюстрировать многообразие функций PR. | 2 | 7 |
| **СРСП 5.** Консультация по выполнению **СРС 3.** Обсудить поиск возможные предложения по оценке новых действий в цифровой среде. | 1 | 1 |
| 11 | **Л 11.** Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью. | 1 | 2 |
| **ПЗ 11.** Изложить принципы организации обратной связи. | 2 | 8 |
| **СРС 3. Трансформация деятельности коммуникатора.** Подготовить описание мубдорда «Функции связей с общественностью в цифровом PR». | 6 | 13 |
| 12 | **Л12.** Медиааналитика и информационный аудит. | 1 | 2 |
| **ПЗ 12.** Ранжировать индикаторы измерения информационной среды | 2 | 7 |
| **СРСП 6.** Консультации по выполнению **СРС 4.** Выбор фирмы, срока, направлений проведения коммуникационной оценки. |  |  |
| 13 | **Л 13.** Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. | 1 | 2 |
| **СЗ 13.** Аргументировать позиционирование образа фирмы. | 2 | 7 |
| **СРС 4. Коммуникационный аудит.** Предложите критерии информационного аудита национальной компании. | 6 | 14 |
| 14 | **Л 14.** Методы профилактики кризисов в отношениях с общественностью и проблемное управление. | 1 | 2 |
| **ПЗ 14.** Обобщить антикризисное планирование. | 2 | 7 |
| 15 | **Л 15.** Экономика связей с общественностью. | 1 | 2 |
| **ПЗ 15.** Рассмотреть бюджетирование в PR. | 2 | 7 |
| **Рубежный контроль 2** | | | **100** |
| **Итоговый контроль (экзамен)** | | | **100** |
| **ИТОГО за дисциплину** | | | **100** |

**Декан факультета журналистики**

**доцент, к.филол.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Копбаев Т.М.**

**Заведующий кафедрой печати**

**И электронных СМИ**

**профессор, д.полит.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Султанбаева Г.С.**

**Лектор**

**PhD \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Акынбекова А.Б.**