**СИЛЛАБУС**

**2024-2025 оқу жылының күзгі семестрі**

***«6B03203 Қоғаммен байланыс»*білім беру бағдарламасы**

**4 курс, күзгі семестр**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пәннің ID және атауы** | **Білім алушының өзіндік жұмысын**  **(БӨЖ)** | | **Кредиттер саны** | | | **Кредит-тердің**  **жалпы**  **саны** | **Оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы**  **(ОБӨЖ)** |
| **Дәрістер (Д)** | **Семинар сабақтар (СС)** | **Зерт. сабақтар (ЗС)** |
| NKPPR 4310  PR-дағы жаңа коммерциялық өнімдер | 5 | | 2 | 3 | 0 | 5 | 6 |
| **ПӘН ТУРАЛЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ АҚПАРАТ** | | | | | | | |
| **Оқыту түрі** | **Циклы,**  **компоненті** | **Дәріс түрлері** | | **Семинар сабақтарының түрлері** | | **Қорытынды бақылаудың түрі мен платфомасы** | |
| Оффлайн |  |  | |  | | Жазбаша оффлайн | |
| **Дәріскер(лер)** | КерімбекЖылбекСенбекұлы | | | | |
| **e-mail:** | zkerimbek@mail.ru | | | | |
| **Телефоны:** | +77076855774 | | | | |
| **Ассистент(тер)** |  | | | | |
| **e-mail:** |  | | | | |
| **Телефоны:** |  | | | | |
| **ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ** | | | | | | | |
| **Пәннің мақсаты** | **Оқытудан күтілетін нәтижелер (ОН)\*** | | | | | **ОН қол жеткізу индикаторлары (ЖИ)** | |
| Пәннің мақсаты студенттерде коммерциялық, қоғамдық және мемлекеттік салаларда PR жобаларының құралдарын пайдалану дағдыларын дамыту болып табылады. | ОН1. Мемлекеттік және коммерциялық коммуникациялар, аудиториямен жұмыс істеудің коммуникативтік тәжірибесі, әлеуметтік-экономикалық саладағы, мемлекеттік органдардағы, қоғамның әлеуметтік-саяси, мәдени салаларындағы PR саласындағы PR жобаларын ұйымдастырудың рөлі мен маңыздылығын түсіну; | | | | | 1.1 байланыс құрылымын, негізгі және қосымша компоненттерін анықтау;  1.2 қарым-қатынастың социологиялық және психологиялық концепцияларын талдау;  1.3 мемлекеттік органдар мен халық арасындағы байланыстың негізгі нысандары мен әдістерінің атауы, тізімі және түсініктемелері;  ID 1.4 «есту күйінің» сипаттамаларын анықтаңыз, осы тұжырымдаманы жүзеге асыру үшін платформаларды атаңыз. | |
| ОН2. Классифицировать исторические, теоретико-методологические, объективно-субъективные, профессиональные принципы организации PR-проектов; | | | | | 2.1 Бұқаралық коммуникация ғылымының қалыптасуының теориялық негіздерін түсіндіру;  2.2 Шығармалардың тарихи-философиялық құндылығын түсініп, түсіндіріңіз: Джон Милтонның «Ареопагитика», Платонның «Республика».  2.3 Халықпен байланысты ұйымдастырудың тарихи формаларын тізіп, түсіну; | |
| ОН3. Кәсіби коммуникация саласындағы PR маманының кәсіби міндеттерін талдау және тұжырымдау. | | | | | 3.1 халықпен байланысты ұйымдастырудың әдістемелік тәсілдерін қысқаша түсіндіреді;  3.2 қоғаммен байланыс саласындағы PR маманының кәсіби міндеттерін саралау;  3.3 мемлекеттік органдар мен халық арасындағы байланысты ұйымдастырудың шетелдік және отандық тәжірибесін талдау;  3.4 жұртшылықпен байланыс саласындағы әлемдік және отандық жағдайларды бағалайды; | |
| ОН4. Жұртшылықпен байланыс саласындағы маркетингтік зерттеулерді тұжырымдау және жобалау, аудиторияның мотивациясын және қалауын өлшеу, нәтижелерге объективті баға беру; | | | | | 4.1 халықпен байланыс саласындағы макромаркетинг пен микромаркетингті ажыратады;  4.2 GR саласындағы маркетинг кешенінің элементтерін мемлекеттік реттеудің жаңа нысандарын анықтау;  4.3 мемлекеттік маркетингтің коммуникативті міндеттерін, ұлттық өндірушілерді ішкі және сыртқы нарықта қолдаудың стратегиясы мен тактикасын қысқаша түсіндіру;  4.4 мемлекеттік маркетингтегі «коммуникациялық мақсаттар ағашын» талдау;  4.5 оңтайлы салааралық және аймақтық пропорцияларды қалыптастыру, бәсекелестікті дамыту, нарықтық қызметтің барлық субъектілері үшін тең кәсіпкерлік жағдайларды қамтамасыз ету факторларының тізбесі; | |
| ОН5. Саяси коммуникация процесінде аудиториямен көп деңгейлі қарым-қатынас тұжырымдамаларын қалыптастыру үшін стратегиялық коммуникациялық дағдыларды қолдану; | | | | | 5.1 үкімет пен қоғам арасындағы үйлесімді және тиімді диалогтың әдістерін тізіп, бағалау;  5.2 БАҚ мәтіндерін халықтың кері байланысының сәйкестігі тұрғысынан талдау және өңдеу;  5.3 байланыс жүйесінде әлеуметтік желілерді талдаудың тиімді нысандарын қолданады: мемлекет және халық;  5.4 мемлекеттік басқарудың барлық деңгейіндегі жоғары басшылардың онлайн қабылдаулары мен жеке блогтарының сапасы мен тиімділігін талдау;  5.5 қоғам мен билік арасындағы диалогтың тиімділігі үшін БАҚ және әлеуметтік желілердің медиамәтіндерінің мазмұнын бағалау; | |
|  | ОН6. PR жобалары үшін публицистикалық және PR мәтіндерін дайындаңыз, оларды бағалаңыз, лингвистикалық және стилистикалық тәсілдердің тәуекелдерін және SWOT талдауын жүргізіңіз. | | | | | 6.1. билік пен азаматтық қоғам институттарының қоғамдық байланыс көздерін саралау;  6.2 отандық және шетелдік тәжірибе негізінде корпоративтік бюрократиялық жүйенің жағдайын көрсететін мәтіндерді түсіндіру және талдау;  6.3 Қоғамдық диалогтың манипуляциялық медиа тәжірибесін қараңыз және түсіндіріңіз;  6.4 қолданыстағы қарым-қатынас тәжірибесінің жағымсыз салдарын болжауға арналған факторлардың тізімі және атауы;  6.5 БАҚ мәтіндері негізінде халықпен байланыс саласындағы контрагенттер алдында «сенімділік» мүмкіндіктерін бағалайды. | |
| **Пререквизиттер** | VSKP; GMPSR; SZSMI. | | | | | | |
| **Постреквизиттер** | SPRSMM 2209; APR 4216; SAPR 3302 | | | | | | |
| **Оқу ресурстары** | **Әдебиет:**  **негізгі**  1. Кемп, С. Управление проектами. Без мистики / С. Кемп. - М.: Гиппо (Hippo), **2017**.  2. Калязина Е.Г. Цифровой менеджмент в управлении проектами // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 12.  3. Афонин, А. М. Управление проектами / А.М. Афонин, Ю.Н. Царегородцев, С.А. Петрова. - М.: Форум, **2017**.  4. Гонтарева, И.В. Управление проектами / И.В. Гонтарева. - Москва: **Питер**, **2019**.  5. Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. М: 2001.  6. Зуб, А. Т. Управление проектами. Учебник и практикум / А.Т. Зуб. - М.: Юрайт, **2018**.  қосымша   1. Назарбаев Н.А. "Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания". – Астана, АКОРДА, 2017 / <http://​www.​akorda.​kz/​ru>. 2. Управление проектами. Фундаментальный курс. Учебник. - М.: Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), **2019**. 3. Богачева О.С. Продажа рекламной площади в газете. — М.: Аспект-пресс, 2018. - 339 с. 4. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности / М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. - М.: Юрайт, **2021**. 5. Киверин В.И. Экономика редакции газеты. - М.:Аспект-пресс, 2017.- 106 с. 6. Негизбаева М.О. Реклама и PR-коммуникации в журналистике Казахстана. - Алматы: Казахский университет. – 2015. 7. Негизбаева М.О. Организация маркетинговых коммуникаций в СМИ. - Алматы: Казахский университет. – 2017. 8. Сурова, Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление. Учебное пособие / Н.Ю. Сурова. - М.: Юнити-Дана, **2020.** 9. Шарков Ф.И. Коммуникология. – М.: Дашков и К., 2013. -488 с.   **Интернет-ресурстар**  <http://prclub.kz/>  <http://www.press-service.ru>  <http://stanlykajurov.narod.ru/researchmetod.htm>  <http://www.prstudent.ru/teoria/metody-issledovaniya-v-pr>**Зерттеушілік инфрақұрылымы**  **Программалыққамтамассыздандырылуы** (егер қажет болса)  1.  2. | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Пәннің**  **академиялық**  **саясаты** | Пәннің академиялық саясатыәл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дыңАкадемиялықсаясатыменжәнеакадемиялықадалдықСаясатыменайқындалады.  Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.  **Ғылым мен білімнің интеграциясы.** Студенттердің, магистранттардың және докторанттардың ғылыми-зерттеу жұмысы – бұл оқу үдерісінің тереңдетілуі. Ол тікелей кафедраларда, зертханаларда, университеттің ғылыми және жобалау бөлімшелерінде, студенттік ғылыми-техникалық бірлестіктерінде ұйымдастырылады. Білім берудің барлық деңгейлеріндегі білім алушылардың өзіндік жұмысы заманауи ғылыми-зерттеу және ақпараттық технологияларды қолдана отырып, жаңа білім алу негізінде зерттеу дағдылары мен құзыреттіліктерін дамытуға бағытталған. Зерттеу университетінің оқытушысы ғылыми-зерттеу қызметінің нәтижелерін дәрістер мен семинарлық (практикалық) сабақтар, зертханалық сабақтар тақырыбында, силлабустарда көрініс табатын және оқу сабақтары мен тапсырмалар тақырыптарының өзектілігіне жауап беретін ОБӨЗ, БӨЗ тапсырмаларына біріктіреді.  **Сабаққа қатысуы.** Әр тапсырманың мерзімі пән мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Мерзімдерді сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі.  **Академиялық адалдық.** Практикалық/зертханалық сабақтар, БӨЖ білім алушының дербестігін, сыни ойлауын, шығармашылығын дамытады. Плагиат, жалғандық, шпаргалка пайдалану, тапсырмаларды орындаудың барлық кезеңдерінде көшіруге жол берілмейді. Теориялық оқыту кезеңінде және емтихандарда академиялық адалдықты сақтау негізгі саясаттардан басқа «Қорытынды бақылауды жүргізу Ережелері», «Ағымдағы оқу жылының күзгі/көктемгі семестрінің қорытынды бақылауын жүргізуге арналған Нұсқаулықтары», «Білім алушылардың тестілік құжаттарыныңкөшіріліп алынуын тексеру туралы Ережесі» тәрізді құжаттармен регламенттеледі.  **Инклюзивті білім берудің негізгі принциптері.** Университеттің білім беру ортасы гендерлік, нәсілдік/этникалық тегіне, діни сенімдеріне, әлеуметтік-экономикалық мәртебесіне, студенттің физикалық денсаулығына және т.б. қарамастан, оқытушы тарапынан барлық білім алушыларға және білім алушылардың бір-біріне әрқашан қолдау мен тең қарым-қатынас болатын қауіпсіз орын ретінде ойластырылған. Барлық адамдар құрдастары мен курстастарының қолдауы мен достығына мұқтаж. Барлық студенттер үшін жетістікке жету, мүмкін емес нәрселерден гөрі не істей алатындығы болып табылады. Әртүрлілік өмірдің барлық жақтарын күшейтеді.  Барлық білім алушылар, әсіресе мүмкіндігі шектеулі жандар, телефон/e-mail Aisulu.Alkozhayeva@kaznu.edu.kz немесе MS Teams-тегі бейне байланыс арқылы https://teams.microsoft.com/l/team/19%3aaf59c5ca72b24ba581878ee517989557%40thread.tacv2/conversations?groupId=3b8405a6-0c94-4645-aecd-cf19b33bd449&tenantId=b0ab71a5-75b1-4d65-81f7-f479b4978d7bкеңестік көмек ала алады.  **MOOC интеграциясы (massive openlline course). MOOC-**тыңпәнгеинтеграциялануыжағдайындабарлықбілімалушылар**MOOC-**қатіркелуіқажет. **MOOC**модульдерініңөтумерзіміпәндіоқукестесінесәйкесқатаңсақталуыкерек.  **Назарсалыңыз!** Әртапсырманыңмерзіміпәнніңмазмұныніскеасырукүнтізбесінде (кестесінде)көрсетілген, сондай-ақ**MOOC-**такөрсетілген. Мерзімдердісақтамаубаллдардыңжоғалуынаәкеледі. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **БІЛІМ БЕРУ, БІЛІМ АЛУ ЖӘНЕ БАҒАЛАНУ ТУРАЛЫ АҚПАРАТ** | | | | | |
| **Оқу жетістіктерін есептеудің баллдық-рейтингтік**  **әріптік бағалау жүйесі** | | | | **Бағалау әдістері** | |
| **Баға** | **Баллдардың сандық баламасы** | **%мәндегі баллдар** | **Дәстүрлі жүйедегі баға** | **Критериалды бағалау**–айқын әзірленген критерийлер негізінде оқытудың нақты қол жеткізілген нәтижелерін оқытудан күтілетін нәтижелерімен ара салмақтық процесі. Формативті және жиынтық бағалауға негізделген.  **Формативті бағалау** – күнделікті оқу қызметі барысында жүргізілетін бағалау түрі. Ағымдағы көрсеткіш болып табылады. Білім алушы мен оқытушы арасындағы жедел өзара байланысты қамтамасыз етеді. Білім алушының мүмкіндіктерін айқындауға, қиындықтарды анықтауға, ең жақсы нәтижелерге қол жеткізуге көмектесуге, оқытушының білім беру процесін уақтылы түзетуге мүмкіндік береді. Дәрістер, семинарлар, практикалық сабақтар (пікірталастар, викториналар, жарыссөздер, дөңгелек үстелдер, зертханалық жұмыстар және т.б.) кезінде тапсырмалардың орындалуы, аудиториядағы жұмыс белсенділігі бағаланады. Алынған білім мен құзыреттілік бағаланады.  **Жиынтық бағалау –** пән бағдарламасына сәйкес бөлімді зерделеу аяқталғаннан кейін жүргізілетін бағалау түрі. БӨЖ орындаған кезде семестр ішінде 3-4 рет өткізіледі. Бұл оқытудан күтілетін нәтижелерін игеруді дескрипторлармен арақатынаста бағалау. Белгілі бір кезеңдегі пәнді меңгеру деңгейін анықтауға және тіркеуге мүмкіндік береді. Оқу 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 | **Формативті жәнежиынтық бағалау** | **% мәндегі баллдар** |
| B- | 2,67 | 75-79 | Дәрістердегі белсенділік | 5 |
| C+ | 2,33 | 70-74 | Практикалық сабақтарда жұмыс істеуі | 20 |
| C | 2,0 | 65-69 | Қанағаттанарлық | Өзіндік жұмысы | 25 |
| C- | 1,67 | 60-64 | Жобалық және шығармашылық қызметі | 10 |
| D+ | 1,33 | 55-59 | Қорытынды бақылау (емтихан) | 40 |
| D | 1,0 | 50-54 | ЖИЫНТЫҒЫ | 100 |
| FX | 0,5 | 25-49 | Қанағаттанарлықсыз |
| F | 0 | 0-24 |

|  |
| --- |
| **Оқукурсыныңмазмұныніске асыру күнтізбесі (кестесі). Оқытудың және білім берудіңәдістері.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аптасы** | **Тақырып атауы** | **Сағат саны** | **Макс.**  **балл** |
| **МОДУЛЬ 1**  PR-бөлімнің ұйымдастырылуы мен жұмыс істеу принциптері | | | |
| 1 | **Д1.** B2C байланыс терминіне кіріспе. Беделді басқару және мазмұнды құру-айырмашылығы неде? | 1 | 1 |
| **СС 1.** Бернейс пен Ли сала үшін не істеді-ең бастысы: беделді басқару немесе PR командалық тапсырмасын сату | 2 | 4 |
| 2 | **Д2.** Бизнес-стратегия және оның коммуникациялық стратегияны құруға әсері | 1 | 1 |
| **СС 2.**Бір компанияның бизнес стратегиясын және ол ұсынатын өнімдерді, қызметтерді зерттеу | 2 | 4 |
| **ОБӨЖ 1. БӨЗ 1**орындау бойынша кеңестер  Бизнес-стратегия негізінде коммуникациялық стратегияның өз нұсқасын жасау | 1 | 20 |
| 3 | **Д3.**Коммуникациялық стратегияны әзірлеу | 1 | 1 |
| **СС 3.**Байланыс стратегиясын зерттеу және талдау | 2 | 5 |
| **БӨЗ 1.** Бизнес стратегиясын ескере отырып, байланыс стратегиясын құру жоспарын дайындаңыз | 1 | 10 |
| 4 | **Д4.**Мақсатты аудиторияны талдау және әр аудитория үшін негізгі хабарламаларды құру | 1 | 1 |
| **СС 4.**Таңдалған компанияның ОА-ны зерттеп, клиенттің картасын жасаңыз | 2 | 5 |
| 5 | **Д5.**Беделді басқару | 1 | 1 |
| **СС 5.**БАҚ байланысы-негізгі медианы қалай таңдауға болады | 2 | 5 |
| **МОДУЛЬ 2**  PR модельдер мен технологиялар | | | |
| 6 | **Д6.**Корпоративтік мәдениетті басқару. | 1 | 1 |
| **СС 6.**Ішкі коммуникациядағы мазмұн арқылы өнімді жылжыту | 2 | 5 |
| **ОБӨЖ2.БӨЗ 2**орындау бойынша кеңестерБелгілі бір өнімді жылжыту үшін медиа карта жасаңыз | 1 | 20 |
| 7 | **Д7.**Маркетинг үшін B2C PR | 1 | 1 |
| **СС 7.**ATL / BTL коммуникацияларды қалыптастыруда, әсер етушілермен және әлеуметтік желілерде жұмыс істеу | 2 | 5 |
| **БӨЗ 2.** Ірі бизнес корпорациясының негізгі бағыттарын анықтаңыз. | 1 | 10 |
| **Аралық бақылау 1** | | | **100** |
| 8 | **Д8.**PR-да бюджеттеу | 1 | 1 |
| **СС 8.**Өнімді жылжыту аясында жоспарланған PR әрекеттері үшін бюджетті есептеу | 2 | 4 |
| **ОБӨЖ 3. БӨЗ 3**орындау бойынша кеңестерӨнімді нарыққа шығаруды қолдау үшін PR жоспарын жасаңыз | 1 | 10 |
| 9 | **Д9.**PR сату және сату құралдары: CSV, 4P |  | 1 |
| **СС 9.**Алға жылжыту керек өнімнің күшті және әлсіз жақтарының картасын жасаңыз | 2 | 4 |
| **БӨЗ3.** Бизнес-корпорацияның дағдарысқа қарсы саясатын іске асырудың сәтті және сәтсіз мысалдары |  | 6 |
| 10 | **Д10.**Өнімді жылжыту кезінде PR-шик жеке бренді | 1 | 1 |
| **СС 10.**Жеке бренд үшін SWOT талдауын жасаңыз | 2 | 4 |
| **ОБӨЖ4.БӨЗ 4**орындау бойынша кеңестерPR-хабарламаны журналистерге сату-схема құру |  | 15 |
| **МОДУЛЬ 3**  Бизнес-корпорацияның PR-бөлімінің жұмысын Стратегиялық жоспарлау | | | |
| 11 | **Д11.**Коммуникацияларды ілгерілетудегі PR-шик презентация дағдыларының маңыздылығы | 1 | 1 |
| **СС 11.**Өзін-өзі таныстыру кезінде май техникасы бойынша жұмыс | 2 | 4 |
| 12 | **Д 12.**Бизнес-корпорацияның демеушілік және қайырымдылық қызметі | 1 | 1 |
| **СС 12.**B2C ілгерілетудегі қайырымдылық қызметінің тиімділігі: халықаралық және отандық тәжірибе | 2 | 4 |
| **БӨЗ4.**B2C коммуникацияларын ілгерілету кезінде байланыс стратегиясын жасаңыз |  | 7 |
| 13 | **Д13.**Дағдарысқа қарсы PR бизнес корпорациясы | 1 | 1 |
| **СС 13.**Дағдарысқа қарсы әрекет ету ережелері | 2 | 4 |
| **ОБӨЖ5. БӨЗ 5**орындау бойынша кеңестерКомпанияның брендін жылжыту және жылжыту үшін Elevator Speech жасаңыз |  | 15 |
| 14 | **Д 14.**Коммуникациялық стратегия шеңберіндегі PR-белсенділіктің тиімділігін бағалау | 1 | 1 |
| **СС 14.**Коммуникацияны бағалауға алдын ала талдау жасаңыз | 2 | 4 |
| **БӨЗ5.** Youtube.com бейне хостингті пайдаланып видео-блог жүргізу. |  | 7 |
| **15** | **Д15.**Жобаны қорғау: B2C байланысын ілгерілетудегі байланыс стратегиясы | 1 | 1 |
| **СС 15.**B2C коммуникацияларын ілгерілету кезінде байланыс стратегиясын қорғаңыз | 2 | 4 |
| **Аралық бақылау 2** | | | **100** |
| **Қорытынды бақылау (емтихан)** | | | **100** |
| **Пән үшін жиынтығы** | | | **100** |

**Декан факультета журналистики**

**доцент, к.филол.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Әуесбаев Қ.Ә.**

**Заведующий кафедрой ЮНЕСКО**

**по журналистике и коммуникации,**

**профессор, д.филол.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ошанова О.Ж.**

**Дәріскер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Керімбек Ж.С**