**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Философия және саясаттану факультеті**

**Дінтану және мәдениеттану кафедрасы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Келісілген:**  Философия және саясаттану  факультетінің деканы,  филос.ғ.д., профессор  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Масалимова А.Р.  «23» мамыр 2014 ж. | Университеттің ғылыми-әдістемелік кеңесінде бекітілдіХаттама №6 «27» маусым 2014 ж.Оқу жұмысы жөніндегі проректор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ахмед-Заки Д.Ж.«27» маусым 2014 ж. |

# ПӘННІҢ ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК КЕШЕНІ

**Қоғаммен байланыс және жарнама**

Мамандық «5В020400 – Мәдениеттану»

Оқу түрі күндізгі (2 курс)

**Алматы 2014 ж.**

#### Оқу-әдістемелік кешенді дайындаған филос.ғ.к. М.Б. Аликбаева.

«5В020400 – Мәдениеттану» мамандығына арналған негізгі оқу жоспары және негізгі оқу бағдарламасы негізінде әзірленді

Дінтану және мәдениеттану кафедрасының мәжілісінде қаралып ұсынылды.

«6» мамыр 2014 ж., хаттама № 34

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Құрманалиева А.Д.

### Факультеттің әдістемелік (бюро) кеңесінде ұсынылды.

«13» мамыр 2014 ж., хаттама № 10

Төрайым \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Саитова Н.А.

**АЛҒЫ СӨЗ**

**Курстың қысқаша сипаттамасы: «**Қоғаммен байланыс және жарнама» пәні қоғаммен байланыстың ұйым мен жұртшылықтың арасындағы қарым-қатынастың ерекше түрі ретінде жұртшылықпен өзара пайдалы әрі тиімді қарым-қатынас орнату мәселелерін, халықтың, сондай-ақ, т.б. қоғамдық ұйымдар тарапынан өзіне жағымды көзқарас қалыптастыру мақсатында жүзеге асыратын басқару түрін немесе функциясын қарастырады. Жалпы паблик рилейшнз еркін баспасөз бен ақпарат еркіндігіне негізделетін инновац. басқару жүйесі ретінде түрлі кең көлемді жобаларды ақпаратпен қамтамасыз етеді. Қоғаммен байланыс өзінің міндетін атқару барысында шын ақпаратқа негізделеді, адамдарға белгілі бір көзқарасты ұстану, қайсыбір пікірлер мен идеяларды қабылдауды (теріске шығаруды) ұсынады, міндетті түрде екі жақты байланыс тетіктерін жолға қоюды ұйғарады. Дамыған елдердің көбісінде ПР кез келген ұйымның қоршаған әлеуметтік ортасымен қарым-қатынас тетігінің ажырамас бөлігіне айналған. Курс аясында, студент пен қоғамның арасындағы өзара түсіністік пен өзара байланысты орнатып, тұрақтылығын сақтап отыруға, қоғамдық пікірді зерттеуге, оның даму ерекшеліктерін болжап, оған ілтипатпен жауап қайыруға, басшылыққа уақыт талабына сай болуға және ұйымның, оның қызметінің, даму бағытының жағымды бейнесін қалыптастыруға бағытталған басқарудың ерекше қызметі қарастырылады.

**Курстың мақсаты:** – қоғаммен байланыс және жарнаманың пайда болу себептерін, орнын, уақытын анықтау, олардың қалыптасу кезеңдерін және даму бағыттарын талдау.

**Курстың міндеттері:**

- ортақ көзқарастар мен мүдделерді анықтау және сенімділік ауанын қалыптастыруға негізделген өзара түсіністікке қол жеткізу үшін екі жақты қарым-қатынаc орнату мәселелерін талдау;

- Паблик рилейшнз бағдарламасының негізгі міндеттерін анықтау;

- адамдар арасындағы қарым-қатынас жолдарын жақсарту жолдарын айшықтау;

- екі жақты ақпарат ағымы мен түсіністікті қалыптастыру әдістерін әзірлеу;

- ұйымның басшылығын қоғамдық пікір турасында ақпаратпен қамтамасыз ету жолдарын көрсету;

- бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс жасау, имиджін нығайту мәселелерін анықтау.

**«Қоғаммен байланыс және жарнама» пәнін оқу барысында студенттер игеретін білімдер:**

- мәдениет тарихындағы қоғаммен байланыс және жарнаманың орнын, оның объектісі мен спецификасын, неғұрлым өзекті проблемаларды айқындау;

* Қоғаммен байланыс және жарнаманың адамзат тарихындағы маңызын түсіндіре білу.

**Бакалавр істей алуы қажет:**

* PR-технологиялар әртүрлі елдермен өз құндылықтар жүйесі мен әлемдік қауымдастық саласында мәдени ықпалын арттыруда белсенді түрде қолдануды;
* PR-технологиялардың түрлерін айшықтауды және дәстүрлі мен дағдарысты технологияларды орынды қолдануды;
* Ұлттық мәдениетті жарнамалау әдістерін қолдануды;
* паблисити (publicity) жұмыстарын атқару немесе БАҚ-да жағымды ақпараттың пайда болуына жағдай жасау;
* жүртшылықты хабарландырудың (public information) артықшылықтары мен кемшіліктерін ажырата алу;
* медиарилейшн (media relation) мәдени және саяси іс-әрекеттерді ақпараттық сүйемелдеу әдісін қолдануды;
* Жарнаманың әртүрлі мәдениеттердегі қолданысы мен функциясын ажырата алуды.

**Игеруі қажет:**

* Мәдени жаһандануы жағдайында елдің жағымды имиджін қалыптастыруын және мәдениет аралық әріптестіктің жақсаруына тікелей әсер етуін бағалау білу;
* үгіт-насихат жүргізу және промоушн (promotion) талап етілген бағытта қоғамдық пікір қалыптастыру қабілетін игеру;
* қоғамдағы адамдар арасындағы қатынастарын реттеудің адамшылық нормаларын білу;
* деректермен жұмыс истей алу;
* теориялық дискурстар мен дебаттарға қатыса алу мүмкіндігіне ие болу.