**КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. АЛЬ-ФАРАБИ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮДекан факультета журналистики\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Медеубек С.М.«\_\_31\_\_»\_\_\_05\_\_\_\_\_ 2017 г., протокол № \_10\_ |

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

### SRK 4511 «Специфика работы с клиентами»

Специальность«5В051400 – Связь с общественностью»

Курс – 3

Семестр – 5

Кол-во кредитов – 3

Алматы 2017 г.

Учебно-методический комплекс дисциплины составлен Иманалиевым Ж.О. доцентом, к.филол.н. на основании рабочего учебного плана по специальности «5В051400 – Связь с общественностью»

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе

от «\_23\_ » \_\_\_\_\_05\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г., протокол № \_39\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Шынгысова Н.Т.

### Рекомендован методическим бюро факультета

«\_30\_\_» \_\_\_\_\_05\_\_\_\_ 2017 г., протокол № \_9\_

Председатель методбюро

Факультета журналистики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Казахский национальный университет им. аль-Фараби**

**Кафедра ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе**

**Образовательная программа по специальности**

**5В051400 – «Связь с общественностью»**

**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2017-2018 уч. год, 4 курс, р/о**

**Академическая информация о курсе**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | **Тип** | **Кол-во часов в неделю** | **Кол-во кредитов** | **ECTS** |
| **Лек** | **Практ** | **Лаб** |
| SRK4511 | Специфика работы с клиентами | Элективная | 1 | 0 | 2 | 3 | 5 |
| **Лектор** | Иманалиев Жалгас Оспаналиевич, к.филол.н., доцент | **Офис-часы** | По расписанию |
| **e-mail** |  |
| **Телефоны**  | Телефон: 877789313907 | **Аудитория**  | 224 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Академическая презентация курса** | **Тип учебного курса**: «Специфика работы с клиентами» – дисциплина цикла базовых профессиональных дисциплин, модуль ИОТ 3 «Коммуникационный менеджмент и маркетинг», тип – элективный, предназначена для формирования знаний по менеджменту в PR, умении подготавливать почву для совершения сделок и проектов, акцентировав внимание на творческом подходе. Курс предполагает изучение аспектов разработки, со спецификой работы с клиентами в PR-деятельности.**Цель курса:** является практическое освоение студентами менеджмента в PR- деятельности, умении исследовать и анализировать различные ситуации организации работы в паблик рилейшнз, разрабатывать способы решения задач, связанных с эффективным управлением PR-кампаниями в современных условиях: - овладеть способами создания письменных форм PR-произведений, навыками обощения, анализа;**-** уметь использовать новые технологии информационно-прогностического моделирования в коммуникативной среде; - применять методы коммуникационного менеджмента для решения как внутренних, так и внешних коммуникационных задач различных организаций; - обладать навыками взаимодействия с коллегами в процессе разработки и реализации РR-кампании. |
| **Пререквизиты**  | MMSK1403 |
| **Постреквизиты** | - |
| **Информационные ресурсы** | **Учебная литература**:1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. – М.: Аспект Пресс, 2015. 2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл бук, Ваклер. – 20033. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12 изд. – СПБ.: Питер, 2006. 4. Загородников А.Н.Управление общественными связями в бизнесе. -М., 2016.1. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2017.

**Интернет-ресурсы:** httр://pressсlub.kzКазахстанский пресс-клубhttр://www.naso.kzНАСО<https://www.damu.kz/content/files/OrganizatsiyaKompyuternogoKluba.pdf>Фонд «Даму»<https://www.bi-plan.ru/biznes_plan_pr_agentstva> Сайт бизнес-планов<http://biz-plan.kz/>Бизнес-проект |
| **Академическая политика курса в контексте университетских ценностей**  | **Правила академического поведения:** Требуется регулярное посещение студентом всех видов занятий, не допускается отсутствие без уважительной причины. Отсутствие и опоздание на занятия оцениваются в 0 баллов. Студенты будут оцениваться по участию в повседневной активности в аудитории. Обязательно соблюдение сроков выполнения и сдачи заданий (лабораторных, СРС, проектных и др.), проектов, экзаменов. При нарушении сроков сдачи выполненное задание оценивается с учетом вычета штрафных баллов. Студенты, пропустившие занятия по уважительной причине (с подтверждением документами), отрабатывают их в дополнительное время. Студенты, не выполнившие все виды работ, к итоговому экзамену не допускаются.**Академические ценности:** Студенты должны быть честными и этичными в любое время в их стремлении к академическим целям в соответствии с Кодексом чести студентов университета. При обучении требуется самостоятельность выполнения всех заданий, недопустимы подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля знаний, обман преподавателя и неуважительное отношениек окружающим.  |
| **Политика оценивания и аттестации** | **Критериальное оценивание:** Оценивание результатов обучения происходит в соотнесенности с дескрипторами, проверка сформированности компетенций (результатов обучения, указанных в цели) на рубежных контролях и экзаменах. При проверке учитываются полнота и прочность теоретических знаний и умения и навыки применять их на практике в различных ситуациях.**Суммативное оценивание:** Активность на лекциях 5%Работа на лабораторных занятиях 20%Самостоятельная работа 25%Проектная и творческая деятельность 10%Экзамены 40%ИТОГО 100% $$Итоговаяоценкаподисциплине=\frac{РК1+РК2}{2}∙0,6+0,1МТ+0,3ИК$$Минимальные оценки в процентах:95% - 100%: А 90% - 94%: А-85% - 89%: В+ 80% - 84%: В 75% - 79%: В-70% - 74%: С+ 65% - 69%: С 60% - 64%: С-55% - 59%: D+ 50% - 54%: D- 0% -49%: F |

**Календарь реализации содержания учебного курса:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Неделя / дата** | **Название темы (лекции, лабораторные занятия, СРС)** | **Кол-во часов** | **Максимальный балл** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Рубежный контроль 1Отдел по работе с клиентами – ведущий отдел агентсва |
| 106.09.2017 | **Лекция 1.** Общие принципы делового общения. Конфликты, их виды и способы разрешение службами PR. | 1 | 0 |
| 1. **Лабораторное занятие 1.** В чем заключается роль клиента в современном обществе.
 | 2 | 9 |
| 213.09.2017 | **Лекция 2.** Технология и содержание PR; виды и формы PR. Воздействие, механизмы работы со средствами массовой информации. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 2.**Особенности презентационных бизнес-планов в связи с общественностью. | 2 | 9 |
| 320.09.2017 | **Лекция 3.** Журналистика, реклама и паблик рилейшнз: технологическая и сущностная взаимосвязь и особенности. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 3.**Рекламные и PR-кампании: сущность, особенности, технология. (*проблемная лекция*). | 2 | 9 |
| **СРСП:** Сдача задания 1 *Сбор данных*. Составьте перечень важнейших преимуществ отечественной системы строительства для сбора данных по проекту PR-продвижения жилого комплекса с указанием показателей, преимуществ, недостатков.  | 1 | 12 |
| 427.09.2017 | **Лекция 4.** Работа с клиентами в PR в системе маркетинговых коммуникаций | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 4.** Представление и оформление проекта, проверка данных. | 2 | 9 |
| 504.10.2017 | **Лекция 5.**Основные элементы бизнес-планирования. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 5.** Роль и место клиента в современном обществе и экономической среде. | 2 | 9 |
| **СРСП:** Сдача задания 2*Описание внешней и внутренней среды для проекта .*Проведите сопоставление ситуации в сфере городских развлечений для создания бизнес-проекта по продвижению их среди жителей и гостей в будние дни. | 1 | 12 |
| 611.10.2017 | **Лекция 6.** Классификация групп общественности. Целевые и приоритетные группы общественности.  | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 6.**Учет рентабельности и доходности в PR. | 2 | 9 |
| 7 18.10.2017 | **Лекция 7.** Коммуникативные процессы и управление общественным мнением | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 7.**Дифференциация направлений исследования рынка в коммуникативной сфере. | 2 | 10 |
| **СРСП:** Сдача задания 3*Аналитический раздел.* Разработайте описание PR-проекта республиканского масштаба для дальнейшего использования всех имеющихсяданных в процессе составления плана(*проблемно-ориентированное задание*). | 1 | 12 |
|  | **ВСЕГО 1 Рубежный контроль**  |  | **100** |
| 825.10.2017 | **Midterm exam (Промежуточный экзамен)**Письменный экзамен с «закрытой книгой»:1. Подготовьте исследовательский проект по проблеме коммуникации и ее влияния (выбор сферы не ограничен) на общественность. 2. Создайте свое виртуальное агентство по рекламе и спланируйте его работу с использованием каналов продвижения рекламного продукта. Подготовьте презентацию исследовательского проекта и модели его практического применения.3. Составьте календарный план бизнес-плана для промоушна салона «Европейская химчистка». |  | 100 |
|  | **ВСЕГО Промежуточный экзамен** |  | **100** |
| Рубежный контроль 2Особенности влияние на общественность: сила убеждения, манипуляция общественным мнением. |
| 825.10.2017 | **Лекция 8.** Понятие креатива и креативных технологий в связях с общественностью. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 8.**Создание бизнес-проекта «Молодежный центр досуга»(*проектный метод*). | 2 | 8 |
| 901.11.2017 | **Лекция 9.**Зарубежный опыт планирования в связи с общественностью. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 9.**Информационные технологии как основа новой конкуренции. | 2 | 8 |
| **СРСП:** Сдача задания 4*Типологии планов*. Принципы связей собщественностью в основных сферах жизнедеятельности. | 1 | 9 |
| 1008.11.2017 | **Лекция 10.**Стратегическое и тактическое планирование. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 10.**Процесс выработки стратегии. | 2 | 8 |
| 1115.11.2017 | **Лекция 11.**Поиск инвесторов и средств для проектов. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 11.**Финансовые основы бизнес-планирования. | 2 | 8 |
| **СРСП:** Сдача задания 5*Подготовка резюме*. Записать в тезисной форме механизмы действия принципов связей с общественностью в основных сферах и проиллюстрировать их примерами. | 1 | 9 |
| 1222.11.2017 | **Лекция 12.** Структура и инфраструктура PR-рынка, характеристика субъектов и объектов связей с общественностью. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 12.**Средства текущего и производственного планирования в PR. | 2 | 8 |
| 1329.11.2017 | **Лекция 13.** Коммуникация в кризисных ситуациях: особенности восприятия информации в кризисных условиях (факторы успеха; борьба со слухами). | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 13.**Компьютерные средства бизнес-планирования. | 2 | 8 |
| **СРСП:** Сдача задания 6*Методы стимулирования*. Используйте указанные методики в собственном выступлении. Объясните их выбор и тактику применения.  | 1 | 9 |
| 1406.12.2017 | **Лекция 14.** Неречевые навыки коммуникации: статические и динамические особенности. | 1 | 0 |
| **Лабораторное занятие 14.**Стратегии сбыта. | 2 | 8 |
| 1513.12.2017 | **Лекция 15.** Теория переговоров. Риторика: предмет выступления. | 1 | 0 |
| 1. **Лабораторное занятие 15.** Проанализируйте технологические приемы работы с клиентами в работе известной вам PR - компании (агентства).
 | 2 | 8 |
| **СРСП:** Сдача задания 7Поясните почему начинать разработку PR компании желательно с выявления отрицательных и положительных стереотипов клиента | 1 | 9 |
|  | **ВСЕГО 2 Рубежный контроль**  |  | **100** |

Преподаватель

доцент, к.филол.н. Иманалиев Ж.

Заведующий кафедрой

профессор, д.филол.н. Шынгысова Н.Т.