**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2023-2024 учебного года**

**Образовательная программа 6В03203 - «Связи с общественностью»**

**3 курс, русское 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)** |
| 66501  **Имиджелогия** | | 98 | | | 15 | 0 | 30 | 5 | 7 |
| **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)** | | Ст. препод. Кутпаенбаева Ж.Б. | | | | | |
| **e-mail:** | | Zhaz2704@gmail.com | | | | | |
| **Телефон:** | | 7 7472716266 (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)** | |
| Научить студентов способности профессионального формирования имиджа, выявлять возможности его создания и поддержания, проводить самопрезентации, применять традиционный и новый инструментарий профессии. | | 1. Соотносить способы, определять методы управления имиджем, создавая первичный и вторичный имидж. | | | | | | 1.1 Излагать свободно сущностные константы профессии, имидж в структуре мира. | |
| 1.2 Знать и применять теоретические аспекты имиджелогии. | |
| 1.3 Использовать для профессиональной деятельности инструментарий имиджелогии. | |
| 2. Объяснять принципы визуального изменения восприятия имиджа, отличать личный и профессиональный имидж. | | | | | | 2.1 Знать и применять пути построения политического имиджа. | |
| 2.2 Построить имидж партии, любого общественного объединения. | |
| 2.3 Применять достижения страны в имиджевой политике государства. | |
| 3. Трансформировать в короткие сроки имидж известных персон. | | | | | | 3.1 Использовать любые достижения организации и сотрудников в имидже избирательных кампаний. | |
| 3.2 Уметь трасформировать в сжатые сроки имидж персон | |
| 3.3 Использовать репутационный ресурс страны и граждан, изучать современный брендинг, его возможности. | |
| 4. Предлагать линии поведения личности и организации в соответствие с менталитетом. | | | | | | 4.1 Применять и активно использовать достижения Казахстана, лидеров мнений, граждан в имиджевой политики. | |
| 4.2 Использовать методы и приемы имиджа в соответствии с менаталитетом. | |
| 4.3 Мониторить результаты работы с личностью и организацией в разных ситуациях в отношении имиджевой политики. | |
| 5. Уметь отражать контраргументами на критику имиджа. | | | | | | 5.1 Наращивать ценность имиджа и бренда. | |
| 5.2 Реагировать на кризисы и манипуляции разного рода. | |
| 5.3 Использовать инновационные методики современной имиджелогии. | |
| **Пререквизиты** | | «Введение в «Связи с общественностью (PR)», «Жанры PR» | | | | | | | |
| **Постреквизиты** | | «Репутация и деловой капитал», «Психология зарубежных массовых коммуникаций» | | | | | | | |
| **Учебные ресурсы** | | **Литература**  **Учебная литература**:  1. Ахметова Л.С., Принципы делового общения: учеб. пособие - М.: Акад. Естествознания, 2015. – 123 с.  2. Горчакова В.Г., Прикладная имиджелогия: учеб. пособие - Ростов н/Д : Феникс, 2017. – 478 с.  3. Ким Л.М., Политическая имиджеология: учеб. - метод. пособие / Л. М. Ким ; КазНУ им. аль-Фараби. - Алматы : Қазақ ун-ті, 2012  4. Ковальчук А.С., Основы имиджелоrии и деловоrо общеиия – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 256 с.  5. Лысикова О.В., Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: Учеб.пособие – М.: Флинта, 2014, - 258 с.  6. Панасюк А.Ю., Вам нужен имиджмейкер? – М.: Дело 1998. – 240 с.  7. Почепцов, Г.Г., Имиджелогия: монография - М. : Рефл-бук, 2020. – 698 с.  **Исследовательская инфраструктура**  1. Студенческий пресс-центр (ауд. 201а).  **Интернет-ресурсы**  Интернет-ресурсы:  httр://pressсlub.kz Казахстанский пресс-клуб  httр://www.naso.kz НАСО  httр://www.facebook.com/prstudentconference/Студенческая конференция «Сиреневый PRорыв»  httр://press-servise.ru Журнал «Пресс-служба»  httр://sovetnik.ru Журнал «Советник»  httр://www.blogрr.ru Обсуждение событий в сфере PR  http://www.prjournal.ru/ Журнал «PR в России»  httр://www.mediascope.ru Научные материалы по специальности  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 l.s.akhmetova@gmail.com  **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**  **Теория имиджелогии** | | | |
| 1 | **Л 1.**  Имидж в структуре мира. Проблемная. | 1 | 2 |
| **ПЗ 1.** Имидж разных стран. Обзор. | 2 | 8 |
| 2 | **Л 2.** Теоретическая имиджелогия. | 1 | 1 |
| **ПЗ 2.** Имидж как научное понятие. Категориальный аппарат имиджелогии. | 2 | 8 |
| **СРСП 1. Консультации по выполнению СРС 1.** Инструктаж по выбору направления и проведению исследования «Имидж и имиджелогия в современном мире». | 1 | 1 |
| 3 | **Л 3.** Инструментарий имиджелогии. | 1 | 2 |
| **ПЗ 3.** Традиционные и новые средства имиджейкинга. | 2 | 8 |
| **СРСП 2.** Консультации по выполнению **СРС 1.** Традиционные и новые средства имиджейкинга | 1 | 1 |
| 4 | **Л 4.** Политический имидж. Политический маркетинг. | 1 | 2 |
| **ПЗ 4.** Инструменты построения политического имиджа. | 2 | 8 |
| **СРС 1.** Политики и их имиджи. | 6 | 15 |
| 5 | **Л 5.** Имидж в партии, политической организации, в жизни. | 1 | 2 |
| **ПЗ 5.** Имидж партии. Личностно-ориентированный. | 2 | 8 |
| **СРСП 3.** Эссе «Имидж в моей жизни и жизни страны». | 1 | 1 |
| 6 | **Л 6.** Имидж в избирательных кампаниях. | 1 | 2 |
| **ПЗ 6.** Избирательные кампании и их имидж-составляющие аспекты | 2 | 8 |
| **СРС 2.** Избирательная кампания Казахстана и зарубежья: направления политического имиджмейкинга. | 6 | 14 |
| 7 | **Л 7.** Имидж страны. Проблемная. | 1 | 2 |
| **ПЗ 7.** Бренды и имиджи государств. | 2 | 8 |
| **Рубежный контроль 1** | | | **100** |
| **МОДУЛЬ 2**  **Политика и бизнес в структуре имиджелогии** | | |  |
| 8 | **Л 8.** Имидж Казахстана. Проблемная. | 1 | 2 |
| **ПЗ 8.** Казахстан: влияние имиджа на внешнюю и внутреннюю жизнь страны. | 2 | 7 |
| **СРСП 4.** Казахстан за рубежом. | 1 | 1 |
| 9 | **Л 9.** Деловая репутация. Современный брендинг. | 1 | 2 |
| **ПЗ 9.** Современный брендинг. | 2 | 7 |
| 10 | **Л 10.** Имидж фирмы. Корпоративный менеджмент и имиджмейкинг. | 1 | 2 |
| **ПЗ 10.** Философия и миссия компании. | 2 | 7 |
| **СРСП 5.** Консультация по выполнению **СРС 3.** Имиджевые составляющие любой по Вашему выбору фирмы. | 1 | 1 |
| 11 | **Л 11.** Имидж делового человека. | 1 | 2 |
| **ПЗ 11.** Имидж руководителя компании. Имидж персонала. | 2 | 7 |
| **СРС 3.** Имидж-составляющие направления стран. Лучшие практики на Ваш взгляд. | 6 | 14 |
| 12 | **Л12.** Самоимидж. | 1 | 2 |
| **ПЗ 12.** Инструменты формирования самоимиджа. | 2 | 7 |
| **СРСП 6.** Консультации по выполнению **СРС 4.**  Мой личный имидж Личностно-ориентированный | **1** | **1** |
| 13 | **Л 13.** Самоменеджмент в жизни современного человека. Личностный успех. | 1 | 2 |
| **ПЗ 13.** Тайм-менеджмент и имидж. | 2 | 7 |
| **СРС 4.** Проект «Менеджмент моей будущей профессии и карьеры». | 6 | 14 |
| 14 | **Л 14.** Психологические особенности современного имиджа. | 1 | 2 |
| **ПЗ 14.** Психологически аспекты имиджа и менталитет. | 2 | 7 |
| 15 | **Л 15.** Инновационные методики современного имиджа. Проблемная. | 1 | 2 |
| **ПЗ 15.** Имиджмейкинг в современном Казахстане: настоящее и будущее. | 2 | 7 |
| **Рубежный контроль 2** | | | **100** |
| **Итоговый контроль (экзамен)** | | | **100** |
| **ИТОГО за дисциплину** | | | **100** |

**Декан факультета журналистики**

**доцент, к.филол.н. Әуесбай Қ.Ә.**

**Заведующий кафедрой ЮНЕСКО**

**по журналистике и коммуникации,**

**к.филол.н, доцент Ошанова О.Ж.**

**Председатель методбюро**

**к.филол.н. Негизбаева М.О.**

**Ст.преподаватель Кутпанбаева Ж.Б.**