**СИЛЛАБУС**

**2024-2025 оқу жылы көктемгі семестр**

**"6В03203-Қоғаммен байланыс" білім беру бағдарламасы**

**ЮНЕСКО журналистика және коммуникация кафедрасы**

**2 курс, қазақ бөлімі**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ID және пәннің атауы** | **Студенттің өзіндік жұмысы****(СӨЖ)** | **Кредит саны** | **Кредиттің жалпы саны** | **Студенттің өзіндік жұмысы****оқытушының жетекшілігімен (СӨОЖ)** |
| **Дәріс (Д)** | **Практ. сабақтар (ПС)** | **Лаб. сабақтар (ЛС)** |
|  **Ішкі PR** VPR 2207 | 98 сағ | 1,7 | 3,3 | 0 | 5 | 7 сағ |
| **ПӘН ТУРАЛЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ АҚПАРАТ** |
| **Оқыту түрі** | **Цикл,** **компонент** | **Дәріс түрлер** | **Практикалық сабақ түрлері** | **Қорытынды бақылау** **түрі мен платформасы** |
| Офлайн | Базалық пән университеттің құрамдас бөлігі | Жаңа технологияларды қолдану арқылы интерактивті презентациялар | Ситуациялық тапсырмалар, іскерлік ойындар және полемика | Стандартты жазбаша, "Univer" жүйесі |
| **Дәріскер** | **Керімбек Жылбек Сенбекұлы, магистр, аға оқытушы** |
| **e-mail:** | zkerimbek@mail.ru |
| **Телефон:** |  + 7 707 685 57 74(моб.) |
| **ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ** |
| **Пәннің мақсаты** | **Күтілетін оқу нәтижелері (ОН)**Пән бойынша оқыту нәтижесінде студент: | **ОН жетістік көрсеткіштері (ЖК)**  |
| Пәннің мақсаты - студенттердің ішкі корпоративтік коммуникациялар саласындағы іс-қимылдар кешенін орындау қабілетін қалыптастыру және білім алушыларда ішкі PR қалыптастыру қағидаттары туралы тұтас түсінік қалыптастыру. | ОН 1: - ұйым қызметкерлері арасында көлденең және тік коммуникациялар құру, ұйымның құндылықтарын дәріптеу, ішкі имиджін басқару, Қазақстандағы жыл сайынғы PR-форумның кейстері негізінде ұйым клиенттерінің сеніміне ие болу; | ЖК 1.1: - Ішкі жұртшылықтың белгілерін бөліп көрсету,  |
| ЖК 1.2: - ішкі жұртшылықтың қоғамдық пікірін қалыптастыру факторларын саралау, |
| ЖК 1.3: - мотивацияны коммуникациялық қолдау құралдарын біріктіру, |
| ОН 2: - Т. Дилдің және А. Кеннедидің еңбектері негізінде ұйымның миссиясы мен корпоративтік сәйкестігінің синергиясын қамтамасыз ету, ұйымға және оның қызметтеріне, медиа арқылы адамға үнемі назар аудару; | ЖК 2.1: - корпоративтік мәдениеттің дәстүрлі және цифрлық құралдарын пайдалану, |
| ЖК 2.2: - ұйымның миссиясы, көзқарасы мен құндылықтары арасында байланыс орнату, |
| ЖК 2.3: - позициялау үшін ақпараттық ресурстардың өнімділігін арттыру, |
| ОН 3: - қызметкерлерді материалдық емес ынталандыру, бәсекелестердің ақпараттық қызметін бейтараптандыру құралдарын иелену | ЖК 3.1: - корпоративтік ақпараттың әртүрлі түрлерін шығару, |
| ЖК 3.2: - корпоративтік баспасөз мүмкіндіктерін кеңейту,  |
| ЖК 3.3: - ішкі жұртшылық үшін радио және телесюжеттер шығару, |
| OН 4: - өнімге немесе қызметке деген сенімсіздікті оң сындарлы бағытқа, қазіргі жағдайды бақылау мен бағалауға айналдыра отырып, коммерциялық PR-дің белгілі бір саласында шарлау; | ЖК 4.1: - командалық рухты құру үшін жаңа технологияларды кеңейту,  |
| ЖК 4.2: - корпоративтік сәйкестендіру әдістерін көрсету, |
| ЖК 4.3: - команда құру, эвенттер, иммерсивтілік арқылы жағдайды жақсарту, |
| ОН 5: - корпоративтік іс-шараларды өз бетінше ұйымдастыру, коммуникативтік құралдармен ұйымның коммерциялық табысын қолдау.. | ЖК 5.1: - бренд стилін құру,  |
| ЖК 5.2: - қызметкерлердің бастамаларын қолдау,  |
| ЖК 5.3: - корпоративті PR-ге тиімділікті бағалау. |
| **Пререквизиты** | "Қоғаммен байланысқа" кіріспе, " PR-технологиялар " |
| **Постреквизиты** | "Дағдарысқа қарсы PR ", "Имиджология","PR-дағы Ситуациялық талдау" |
| **Оқу қорлары** | **Әдебиеттер:**Негізгі1. Бердникова Э.Н. Внутрикорпоративный PR и событийный маркетинг. - М., 2018.2. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. - М., 2010.3. Колесников А.В. Корпоративная культура современных организаций. - М., 2018.4. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. - М., 2010.**Дополнительная:**5.Жикин А.В. PR-поддержка внутренних изменений. - М., 2019.6.Маслов В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. - М., 2010.7. Литвинюк А.А. Организационное поведение. - М., 2014.**Зерттеу инфрақұрылымы**1. Студенттік баспасөз орталығы, (ауд. 201а).,
2. Медиа и коммуникация орталығы ( ауд. 221).

**Интернет-ресурстар:**httр://pressсlub.kzКазахстанский пресс-клубhttр://librery.kaznu.kz/ruБиблиотека КазНУhttр://www.naso.kzНАСОhttps://www.pr.panor.ru «Служба PR». Журнал[http://ci-journal.ru](http://ci-journal.ru/)Корпоративная имиджелогия. Журнал о PRhttp://chuprina.kz Коммуникационная компания «Чупрына&Партнеры»1. http://www.prjournal.ru/ Журнал «PR в России»
 |
| **Пәннің академиялық саясаты** | Пәннің академиялық саясаты әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Академиялық саясаты мен Академиялық адалдық саясатымен анықталады.Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.**Ғылым мен білімнің интеграциясы.** Студенттердің ғылыми-зерттеу жұмыстары оқу үрдісін тереңдету болып табылады. Ол тікелей университеттің кафедраларында, зертханаларында, ғылыми-конструкторлық бөлімдерінде, студенттік ғылыми-техникалық бірлестіктерде ұйымдастырылады. Білім берудің барлық деңгейіндегі студенттердің өзіндік жұмысы қазіргі заманғы ғылыми-зерттеу және ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, жаңа білім алуға негізделген зерттеу дағдылары мен құзыреттіліктерін дамытуға бағытталған. Ғылыми-зерттеу университетінің оқытушысы ғылыми қызмет нәтижелерін лекциялар мен семинарлық (практикалық) сабақтардың, зертханалық сабақтардың тақырыптарына және силлабуста көрсетілген СӨЖ, СОӨЖ тапсырмаларына біріктіреді және олардың өзектілігіне жауап береді. оқу сабақтарының тақырыптары мен тапсырмалары.**Қатысу.** Әрбір тапсырманың орындалу мерзімі пәннің мазмұнын орындау күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Белгіленген мерзімге сәйкес келмеу ұпай жоғалтуға әкеледі.**Академиялық адалдық.** Тәжірибелік/зертханалық сабақтар және СӨЖ студенттің дербестігін, сыни ойлауын және шығармашылығын дамытады. Тапсырмалардың барлық кезеңдерінде плагиат, жалғандық, көшірме парақтарын пайдалану және алдауға жол берілмейді.Негізгі саясаттардан басқа, теориялық оқу кезеңінде және емтихандар кезінде академиялық адалдықты сақтау «Қорытынды бақылауды өткізу ережесімен», «Ағымдағы оқу жылының күзгі/көктемгі семестрінің қорытынды бақылауын өткізу жөніндегі нұсқаулықпен», «Студенттердің мәтіндік құжаттарын қарыз алудың бар-жоғын тексеру туралы ережемен» реттеледі.Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.**Инклюзивті білім берудің негізгі принциптері.** Университеттің білім беру ортасы жынысына, нәсіліне/ұлтына, діни сеніміне, әлеуметтік-экономикалық жағдайына қарамастан, оқытушы тарапынан барлық студенттерге және студенттерге бір-біріне әрқашан қолдау көрсететін және бірдей қарым-қатынас жасайтын қауіпсіз орын ретінде ойластырылған. , оқушының физикалық денсаулығы және т.б. Барлық адамдар құрбылары мен курстастарының қолдауы мен достығына мұқтаж. Барлық студенттер үшін прогреске қол жеткізу олардың істей алмайтындарынан гөрі, не істей алатынына байланысты. Әртүрлілік өмірдің барлық аспектілерін жақсартады.Барлық студенттер, әсіресе мүмкіндігі шектеулі жандар Gibrayeva@mail.ru электрондық поштасы арқылы немесе https://us05web.zoom.us/j/9168701693?pwd=WnYrSStvVmpOdEMvWVZiOGY4MklyUT09 Zoom платформасында бейне байланыс арқылы кеңестік көмек ала алады.**Интеграция MOOC (жаппай ашық онлайн курс).** Егер MOOК пәнге біріктірілсе, барлық студенттер MOOК-ке тіркелуі керек. MOOК модульдерін аяқтау мерзімдері пәнді оқу кестесіне сәйкес қатаң сақталуы керек.**НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ!** Әрбір тапсырманы орындау мерзімі пәннің мазмұнын орындау күнтізбесінде (кестеде), сондай-ақ МООК-те көрсетілген. Белгіленген мерзімге сәйкес келмеу ұпай жоғалтуға әкеледі**.** |
| **ОҚЫТУ, ОҚУ ЖӘНЕ БАҒАЛАУ ТУРАЛЫ АҚПАРАТ** |
| **Оқу жетістіктерін бағалаудың баллдық-рейтингтік әріптік жүйесі** | **Бағалау әдістері** |
| **Бағасы** | **Ұпайлардың сандық эквиваленті** | **% пайыздық мазмұндағы балдар**  | **Дәстүрлі бағалау** | **Критериалды бағалау –** нақты жасалған критерийлер негізінде нақты қол жеткізілген оқу нәтижелерін күтілетін оқу нәтижелерімен салыстыру процесі. Қалыптастырушы және жиынтық бағалауға негізделген.**Қалыптастырушы бағалау –** күнделікті оқу іс-әрекеті барысында жүргізілетін бағалау түрі. Оқу үлгерімінің ағымдағы көрсеткіші болып табылады. Студент пен оқытушы арасындағы жедел байланысты қамтамасыз етеді. Студенттің мүмкіндіктерін анықтауға, қиындықтарды анықтауға, ең жақсы нәтижелерге қол жеткізуге көмектесуге және мұғалімнің оқу процесін тез арада түзетуге мүмкіндік береді. Дәрістер, семинарлар, практикалық сабақтар (пікірталас, викториналар, диспуттар, дөңгелек үстелдер, зертханалық жұмыстар және т.б.) кезіндегі тапсырмалардың орындалуы, аудиториядағы белсенділігі бағаланады. Алған білімдері мен құзыреттері бағаланады.**Жиынтық бағалау –** пән бағдарламасына сәйкес бөлімді оқуды аяқтағаннан кейін жүргізілетін бағалау түрі. СӨЖ-ді аяқтаған кезде семестрде 3-4 рет өткізіледі. Бұл күтілетін оқудың дамуын бағалау. дескрипторларға қатысты нәтижелер. Белгілі бір кезеңдегі пәнді меңгеру деңгейін анықтауға және есепке алуға мүмкіндік береді. Оқыту 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 | **Қалыптастырушы және жиынтық бағалау** | **% пайыздық мазмұндағы балдар** |
| B- | 2,67 | 75-79 | Дәрістегі белсенділігі  | 5 |
| C+ | 2,33 | 70-74 | Практикалық сабақтағы жұмыстары  | 20 |
| C | 2,0 | 65-69 | Қанағаттанарлық  | Өзіндік жұмысы  | 25 |
| C- | 1,67 | 60-64 | Жобалық және шығармашылық жұмыстары | 10 |
| D+ | 1,33 | 55-59 | Қанағаттарлықсыз  | Қорытынды бақылау(емтихан)  | 40 |
| D | 1,0 | 50-54 | ҚОРЫТЫНДЫ  | 100  |
| FX | 0,5 | 25-49 |  |  |
| F | 0 | 0-24 |  |  |
| **Пәннің мазмұнын жүзеге асырудың күнтізбелік жоспары (кестесі). Оқыту және оқу әдістері.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Апта**  | **Тақырып атаулары** | **Сағат саны** | **шекті****балл** |
| **МОДУЛЬ 1. Д - дәріс, ПС- практикалық сабақ, ӨС - өзіндік сабақ** **Ішкі PR ресурстары** |
| 1 | Д 1. Ішкі жұртшылық.  | 1 | 3 |
| ПС 1. Корпоративтік коммуникациялар жүйесін құрудың маңыздылығын көрсету. | 2 | 7 |
| 2 | Д 2. Мотивация және коммуникация.  | 1 | 3 |
| ПС 2. Мотивация кезеңдерін және оны қолдау формаларын таратып айтыңыз.  | 2 | 7 |
| ӨС 1. Д.Гендрикс типологиясы негізінде ішкі жұртшылықты "Барлық" автожанармай құю желісінің сыртқы ұйымымен салыстыру. | 1 | 2 |
| 3 | Д 3.Корпоративтік мәдениет.  | 1 | 3 |
| ПС 3. Корпоративтік мәдениеттің элементтерін қорытындылап, қамтыңыз.  | 2 | 7 |
| СОӨЖ 1. СӨЖ -1орындау бойынша консультация. Корпоративішілік іс | 1 | 8 |
| 4 | Д 4.Компанияның миссиясы, көзқарасы және құндылықтары.  | 1 | 3 |
| ПС 4.Ұйымның миссиясын тарату және қолдау тетіктерін әзірлеу. | 2 | 7 |
| 5 | Д 5.Ұйымның орналасуы.  | 1 | 3 |
| ПС 5. Тұрақты ішкі коммуникацияларды құру бағыттарына тоқталыңыз.  | 2 | 7 |
| СОӨЖ 2. СӨЖ-2 орындау бойынша консультация. Мониторинг-Бақылау. Қызметкерлердің қарым-қатынасын бақылау арқылы "Кондиционеры" фирмасының позициясын анықтаңыз. | 1 | 8 |
| 6 | Д 6.Корпоративтік ақпарат түрлері.  | 1 | 3 |
| ПС 6. Корпоративтік ақпаратты тарату арналарын саралаңыз. | 2 | 7 |
| СОӨЖ 3. СӨЖ-3 орындау бойынша консультация. *Ақпаратты таңдау.* Корпоративтік сайт үшін репортаж, мақала және есепке негіз болатын корпортивтік өмірдің үш фактісін жариялаңыз. | 1 | 8 |
| 7 | Д 7. Корпоративтік баспасөз.  | 1 | 3 |
| ПС7. Ішкі аудиторияға арналған газеттер мен журналдардың ерекшеліктерін көрсетіңіз.  | 2 | 7 |
| ӨС 2. "Макароны" фабрикасының корпоративтік басылымдарының міндеттерін саралаңыз. | 1 | 2 |
| **Аралық бақылау 1** | **100** |
| **МОДУЛЬ 2****Ұжымды ақпараттық қолдау технологиялары** |  |
| 8 | Д 8. Радио және теледидар корпорациялары.  | 1 | 3 |
| ПС 8. Корпоративтік арналардың әлеуетін ашыңыз.  | 2 | 6 |
| СОӨЖ 4. СӨЖ 4 орындау бойынша консультация. *Деректерді визуализациялау.* Жұмыс процесін тайм-менеджмент мәселесі бойынша корпоративтік теледидар ток-шоуының сценарийін жасаңыз. | 1 | 5 |
| 9 | Д 9.Компанияның ішкі порталы.  | 1 | 3 |
| ПС 9.Корпоративтік сайттың қолдау тетіктерін анықтаңыз. | 2 | 6 |
| 10 | Д 10. Мобильді корпоративтік қосымша.  | 1 | 3 |
| ПС 10. Ішкі PR-да мобильді қосымшаларды қолдану болжамдарын айтыңыз.  | 2 | 7 |
| СОӨЖ 5. СӨЖ 5 орындау бойынша Консультация. *Онлайн ұжым.* Сусабындар зауытының корпоративтік қолданбасының функционалдығы мен жекелендіруін көрсетіңіз. | 1 | 5 |
| 11 | Д 11.Ішкі оқиғалар, тәжірибелер мен мерекелер.  | 1 | 3 |
| ПС 11.Ұжымдардағы оқиғалар (эвенттер)дің ерекшеліктерін қарастырыңыз. | 2 | 7 |
| 12 | Д 12. Команда(тимбилдинг) құру.  | 1 | 3 |
| ПС 12. Команданы біріктіру әдістерін қарастырыңыз.  | 2 | 7 |
| СОӨЖ 6. СӨЖ 6 орындау бойынша Консультация. *Ұжымды біріктіру.* "Терезе өндірісі" холдингінің ішкі корпоративтік тимбилдингінің сценарийін жазыңыз. | 1 | 5 |
| 13 | Д 13. Фирмалық стиль.  | 1 | 3 |
| ПС 13. Ұйым ішінде фирмалық стилді үйлестірудің нұсқаларын табыңыз. | 2 | 7 |
| ӨС 3. Маңыздылығы бойынша "FlyingPegasus" авиакомпаниясының фирмалық стилінің маңызды компоненттерін тізімдеңіз. | 1 | 2 |
| 14 | Д 14. Басшылар мен қызметкерлердің өзін-өзі таныстыруы. | 1 | 3 |
| ПС 14. Ішкі имидждің элементтерін зерттеңіз. | 2 | 7 |
| СОӨЖ 7. СӨЖ 7 орындау бойынша Консультация. *Бейімделу.* Жаңа қызметкерлерге жадынамалар(памятка) әзірлеңіз. | 1 | 5 |
| 15 | Д 15. Ішкі коммуникациялардың тиімділігін бағалау.  | 1 | 3 |
| ПС 15. Ішкі PR табыстылығын анықтау принциптеріне негіздеме беріңіз. | 2 | 7 |
| **Аралық бақылау 2** | **100** |
| **Қорытынды бақылау (емтихан)** | **100** |
| **Пән бойынша ҚОРЫТЫНДЫ** | **100** |

 **Журналистика факультетінің деканы,**

 **филол.ғыл.кандидаты\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Әуесбаев Қ.Ә.**

**"ЮНЕСКО журналистика және**

**коммуникация" кафедрасының меңгерушісі**

**доцент, филол.ғыл.кандидаты\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ошанова О.Ж.**

**Дәріскер**

**аға оқытушы, магистр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Керімбек Ж.С.**

**Жиынтық бағалауға арналған рубрикатор**

**Оқыту нәтижелерін бағалау критерийлері**

**СӨЖ 1. «PR-мәтіндердің жанрлық типологиясы» (100%-дан 12% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 10-12%   | **«Жақсы»** 7-9%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Саясат саласындағы нұсқаушы ақпарат түрлерін түсіну** | Саяси коммуникацияның конспектісін дәл түсіну, оның көздері мен мәліметтерді көрсету құралдарын анықтау. | Жалпы мағынада саяси коммуникацияның конспектісін, сондай-ақ деректерді ұсыну көздері мен құралдарын анықтаудың фрагментациясын түсіну. | Саяси коммуникацияның конспектісінің шектеулі түсінігі, сондай-ақ мәліметтерді ұсыну көздері мен құралдарын оқшауланған және қате анықтау. | Саяси коммуникацияның конспектісін дұрыс түсінбеу, деректерді ұсыну көздері мен құралдарын анықтаудың болмауы немесе плагиат. |
| **Саяси PR коммуникацияларында параметрлік көрсеткіштерді қолдану** | Қажетті параметрлерге сәйкес критерийлерді толық пайдалану мүмкіндігі: қолжетімділік, пайдалылық, өзектілік. | Қажетті параметрлерге сәйкес критерийлерді қолдану мүмкіндігі: қолжетімділік, пайдалылық, болмашы кемшіліктермен сәйкестік. | Қажетті параметрлерге сәйкес критерийлерді қолдану мүмкіндігі: қолжетімділік, пайдалылық, тапсырмадағы өзектілік бұзылған, қажетті деректердің бір бөлігі жетіспейді. | Барлық қажетті параметрлер бойынша критерийлерді толық пайдалану мүмкіндігі көрсетілмеген немесе плагиат анықталған. |
| **Саяси PR функционалдығы бойынша ұсыныстар** | Саяси коммуникация объектілерінің коммуникациялық әсерін күшейту бойынша негізделген ұсыныстар ұсынылады. | Саяси коммуникация объектілерінің коммуникациялық әсерін күшейту бойынша толық емес ұсыныстар ұсынылады. | Саяси коммуникация объектілерінің коммуникациялық әсерін күшейту үшін үстірт ұсыныстар ұсынылады. | Тапсырма бойынша өзіндік рефлексия ұсынылмады, жеке үлес қосылмаған немесе плагиат анықталған. |
| **Жасалған нәтижелердің маңыздылығы, баяндау стилі мен тілі** | Тапсырманың нәтижесі толық және негізделген, стилі ғылыми, баяндау тілі функционалды. | Тапсырманың нәтижесі толық емес, стилі мен тілі функционалдық нормаларға қайшы келеді.  | Тапсырмада тек кейбір нәтижелер дұрыс, стиль мен тілде елеулі кемшіліктер бар. | Нәтижелер дұрыс емес, стиль мен тілдің функционалдығы бұзылған, плагиат. |

**СӨЖ 2. «PR-коммуникациядағы интернет мәтіндерінің мүмкіндіктері» (100%-дан 15% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 12-15%   | **«Жақсы»** 7-11%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Билік үшін күрес процестеріндегі айла-шарғылардың себептерін түсіну** | Азаматтардың мінез-құлқын жасырын бақылаудың қайнар көздерін нақты ұғыну. | Азаматтардың мінез-құлқын жасырын бақылаудың көздерін жалпы түрде түсіну | Азаматтардың жасырын мінез-құлқын бақылау көздерін түсінудің шектеулілігі. | Азаматтардың мінез-құлқын жасырын бақылау көздерін түсінбеу немесе плагиат  |
| **Манипуляция құралдарымен таныстыру** | Маркетингтік емес мамандандырылған құралдардың негізгі ұғымдары арасындағы байланысты толық анықтау және оларды саясатта қолдану дәлелдерін негіздеу. | Маркетингтік емес мамандандырылған құралдардың негізгі концепциялары арасындағы байланысты жалпы түрде анықтау және оларды саясатта қолдану дәлелдерін негіздеу. | Маркетингтік емес мамандандырылған құралдардың негізгі концепциялары арасындағы байланысты анықтаудың шектеулілігі және оларды саясатта қолдану дәлелдерін айқын қателермен негіздеу. | Маркетингтік емес мамандандырылған құралдардың көздері мен оларды пайдалану дәлелдері арасында корреляцияның шамалы немесе толық болмауы, плагиат анықталды. |
| **Саясаттағы манипуляцияларды жасау жағдайларын зерттеу** | Ғылыми-теориялық және әдістемелік талаптарды сақтай отырып, зерттеу жұмыстарын жүргізе білу. | Кейбір ғылыми-теориялық және әдістемелік талаптарды сақтай отырып, зерттеу жұмыстарын жүргізе білу. | Ғылыми-теориялық және әдістемелік талаптардың минимумын сақтай отырып, зерттеулер жүргізу мүмкіндігі. | Зерттеу жүргізілмеген, өрескел қателермен, плагиатпен жүргізілген. |
| **Ақпараттық-психологиялық инфракциялардың өсу жағдайларын бағалау** | Манипуляцияны тануға негізделген және практикалық маңызды ұсыныстар берілген. | Жақсы, бірақ белгілі бір кемшіліктері бар манипуляцияны тану бойынша ұсыныстар ұсынылған. | Манипуляцияны тану бойынша ұсынылған ұсыныстар әлсіз және тәжірибеге бағытталған емес. | Манипуляцияны тану туралы ұсыныстар дайындалмаған, плагиат. |

**СӨЖ 3. «Интернеттегі PR мәтіндерінің эволюциясы» (100%-дан 10% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 9-10%   | **«Жақсы»** 6-8%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-5%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Ақпараттық саясат тұжырымдамаларын бекіту** | Презентация жобаның жоспарына сәйкес және толық, қажетті элементтерді көрсетеді. | Кішігірім кемшіліктері бар қажетті элементтерді көрсете отырып, жоба жоспарын баяндамаған. | Жобаның маңызды кемшіліктерімен сәйкес келмейтін баяндау. | Жобаны көрсету логикасы толық бұзылған, плагиат. |
| **Саяси PR әдістерін ашу** | Партияның ақпараттық саясатының теориялық және практикалық аспектілерін толық синтездеу мүмкіндігі. | Партияның ақпараттық саясатының теориялық және практикалық аспектілерін қолайлы деңгейде синтездеу мүмкіндігі. | Партияның ақпараттық саясатының теориялық және практикалық аспектілерін ең аз дәрежеде синтездеу мүмкіндігі. | Партияның ақпараттық саясатының теориялық және практикалық аспектілерін синтездей алмау. |
| **Тиісті практикалық мысалдарды қолдану** | Саяси бірігудің нақты жобасының сәйкес мысалдары келтірілген. | Саяси бірігудің нақты жобасының қателері мен кемшіліктері бар растаулар беріледі. | Саяси бірігудің нақты жобасының кездейсоқ салыстырулары берілген. | Мысалдар дұрыс емес, плагиат. |
| **Саяси коммуникациялар үшін шығармашылық коммуникация элементтерін біріктіру жүзеге асырылды** | Ақпараттық саясаттың өзіндік интерпретациясында көрсетілген шығармашылық көзқарастың болуы. | Ақпараттық саясаттың өзіндік интерпретациясында көрсетілген шығармашылық көзқарастың бірнеше элементтерінің болуы.  | Ақпараттық саясаттың түпнұсқалық интерпретациясында көрсетілген шығармашылық көзқарастың жеткіліксіз болуы | Креативті шешімдер жоқ, плагиат. |

**СӨЖ 4. «Біріктірілген PR мәтіндері» (100%-дан 15% АБ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий**   | **«Өте жақсы»** 12-15%   | **«Жақсы»** 7-11%    | **«Қанағаттанарлық»** 4-6%  | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-3%  |
| **Шетелдік маңызды ғылыми дереккөздерге түсініктеме беру мүмкіндігі** | Аңдатпа саяси PR-дағы институционалдық тәсілді анықтау үшін толық көлемде жүзеге асырылады. | Саяси PR-ға институционалдық көзқарасты анықтау үшін аннотация толығымен толтырылды, бірақ айтарлықтай олқылықтар бар. | Саяси PR-дағы институционалдық тәсілді анықтау үшін аңдатпа толық орындалмаған, көптеген қателер бар. | Дереккөзді аннотациялау ережелері сақталмаған, мәні көрсетілмеген, плагиат. |
| **Саясаттың делдалдық процесінің бейімделуі** | БАҚ институты арқылы саяси коммуникация ұғымдарын түсіну. | БАҚ институты арқылы саяси коммуникация ұғымдарын толық емес, үстірт түсіну. | БАҚ институты арқылы саяси коммуникация ұғымдарын орташа түсіну. | Медиа институт арқылы саяси коммуникация ұғымдарын дұрыс түсінбеу, плагиат. |
| **Күрделі саяси процестердің сегменттерін анықтаудағы хабардарлық** | Ғылыми дереккөздерге сүйене отырып, коммуникация институттары арасындағы өзара әрекеттесу процестерінің барлық компоненттерін анықтау мүмкіндігі. | Ғылыми дереккөздерге сүйене отырып, коммуникация институттары арасындағы өзара әрекеттесу процестерінің негізгі бөліктерін анықтау мүмкіндігі. | Ғылыми дереккөздерге сүйене отырып, байланыс институттары арасындағы өзара әрекеттесу процестерінің кейбір бөліктерін анықтау мүмкіндігі. | Өзара әрекеттесу процестерін бөлшектеуге қабілетсіз, плагиат. |
| **Медиатизация бойынша практикалық деректерді жаңарту бойынша зерттеу іс-шаралары** | Барлық сегменттер үшін канондық сипаттамаға сәйкес келетін әртүрлі мысалдар ұсынылады. | Барлық сегменттер бойынша толық емес, қате мысалдар ұсынылады. | Мысалдар жеткіліксіз және барлық сегменттерге сәйкес келмейді. | Тапсырманың практикалық жеке бөлігі орындалмаған, плагиат. |