
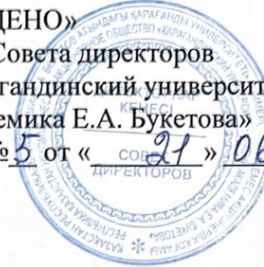


Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан  
Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова

«УТВЕРЖДЕНО»  
Решением Правления  
НАО «Карагандинский университет  
имени академика Е.А. Букетова»  
Протокол № 3 от « 24 » 05 2024 г.

  
проф. Дулатбеков Н.О.

«УТВЕРЖДЕНО»  
Решением Совета директоров  
НАО «Карагандинский университет  
имени академика Е.А. Букетова»  
Протокол № 5 от « 21 » 06 2024 г.



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**6В03202-Связь с общественностью**

**Уровень: Бакалавриат**

г. Караганда  
2024

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «6B03202»-Связь с общественностью

<p>«СОГЛАСОВАНО»</p> <p>Главный директор медиахолдинга</p> <p>«Saryarqa aqparat»</p> <p> _____ Əбілда Қ.Ж.</p> <p>« _____ » _____ 20<u>24</u>г.</p> <p></p>	<p>«СОГЛАСОВАНО»</p> <p>Директор областного телеканала</p> <p>«SARYARQA»</p> <p> _____ Дюсетаев Б.С.</p> <p>« <u>27</u> » _____ <u>03</u> _____ 20<u>24</u>г.</p> <p></p>
---	---

«СОГЛАСОВАНО»

Начальник ДПС  
Карагандинской области

 \_\_\_\_\_ Катпанов Қ.М.

« 28 » \_\_\_\_\_ 03 \_\_\_\_\_ 2024г.



Образовательная программа «БВ03202 - Связь с общественностью» разработана на основании:

1. Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании» (с изменениями и дополнениями от 31.03.2021 г.).
2. Закон Республики Казахстан от 11 июля 1997 года №151 «О языках в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями от 24.05.2018 г.).
3. Государственный общеобязательный стандарт высшего образования от 31 августа 2018 года № 604 (с изменениями и дополнениями от 05.05.2020 г. №182).
4. Национальная рамка квалификаций Республиканской трехсторонней комиссии по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений от 16 марта 2016 года.
5. Приказом МОН РК от 2 февраля 2018 года №152 «Об утверждении Правил организации учебного процесса по кредитной системе» (с изменениями и дополнениями от 12.10.2018 г. № 563).
6. Подготовка кадров с высшим и послевузовским образованием от 13 октября 2018 года №569 классификатор направлений.
7. Стандарт «Деятельность профессиональных общественных организаций», «Предоставление рекламы в средствах массовой информации», «Деятельность информационных агентств», утвержденный приказом МП РК от 21.12.2022 г. №245

## Содержание

№	Паспорт образовательной программы	Страницы
1	Код и наименование образовательной программы	4
2	Код и классификация области образования, направлений подготовки	4
3	Группа образовательных программ	4
4	Объем кредитов	4
5	Форма обучения	4
6	Язык обучения	4
7	Присуждаемая степень	4
8	Вид ОП	4
9	Уровень по МСКО	4
10	Уровень по НРК	4
11	Уровень по ОРК	4
12	Отличительные особенности ОП	4
	ВУЗ-партнер (СОП)	4
	ВУЗ-партнер (ДЛОП)	4
13	Номер приложения к лицензии на направление подготовки кадров	4
14	Наименование аккредитационного органа и срок действия аккредитации ОП	4
15	Цель ОП	4
16	Квалификационная характеристика выпускника	4
а)	Перечень должностей выпускника	4
б)	Сфера и объекты профессиональной деятельности выпускника	4
в)	Виды профессиональной деятельности выпускника	4
г)	Функции профессиональной деятельности выпускника	4
17	Формулировка результатов обучения на основе компетенций	4
18	Определение модулей дисциплин в соответствии результатами обучения	6
19	Матрица достижимости результатов обучения	8
20	Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля	23
21	Критерии оценки результатов обучения	25
22	Сертификационная программа (minor)	27
23	Модель выпускника	28

№	Паспорт образовательной программы	Страницы
1	Код и наименование образовательной программы : «6В03201 – Журналистика»	4
2	Код и классификация области образования, направлений подготовки: 6В03 Социальные науки, журналистика и информация	4
3	Группа образовательных программ: В042 Журналистика и репортерское дело	4
4	Объем кредитов: 240 ECTS	4
5	Форма обучения: очная	4
6	Язык обучения: русский	4
7	Присуждаемая степень: бакалавр социальных знаний по образовательной программе «6В03201 – Журналистика».	4
8	Вид ОП: Действующая	4
9	Уровень по МСКО (Международная стандартная классификация образования)– 6 уровень;	4
10	Уровень по НРК: (Национальная рамка квалификаций) – 6 уровень;	4
11	Уровень по ОРК:(Отраслевая рамка квалификаций) – 6	4
12	Отличительные особенности ОП: нет	4
	ВУЗ-партнер (СОП)	4
	ВУЗ-партнер (ДДОП)	4
13	Номер приложения к лицензии на направление подготовки кадров: Лицензия № KZ83LAA000184935 (016) от 28.07.2020 г. выдана Комитетом по образованию и контролю в сфере образования Министерства образования и науки Республики Казахстан	4
14	Наименование аккредитационного органа и срок действия аккредитации ОП: Свидетельство о специализированной аккредитации SA-A №0168/2 агентства НАОКО 10.06.2020 г. - 07.06.2024 г.	4
15	Цель ОП: Подготовить специалистов-практиков по связям с общественностью в соответствии с современными профессиональными стандартами, формирование у студентов систематических знаний о теории и практике Института общественных отношений, принципах, закономерностях социально-экономического и политического развития общества.	4
16	Квалификационная характеристика выпускника: Специалисты в области публичных отношений изучают социальные проблемы в современном гражданском обществе и рыночной экономике, владеют новыми коммуникационными технологиями, имеют представление о политической культуре общества, принимают участие в создании информационного материала, создают собственные проекты, в том числе, коммерческие, удовлетворяющих потребностям и запросам внутреннего и внешнего рынка труда, соблюдая этические нормы.	4
а)	Перечень должностей выпускника специалист по связям с общественностью; - пресс-секретарь; менеджер по рекламе; координатор и менеджер PR-проектов; специалист по внешним / внутренним коммуникациям, по кризисным коммуникациям, по организации мероприятий; SMM-менеджер; продюсер; имиджмейкер	4
б)	Сфера и объекты профессиональной деятельности выпускника: Сферами профессиональной деятельности являются охрана, защита, обеспечение, гарантия, соблюдение нормативно-правовых и этических норм.	4
в)	Виды профессиональной деятельности выпускника: - информационно - творческая; информационно - референтская; - информационно - аналитическая; художественно – публицистическая; организационно – управленческая; консультационно – экспертная; исследовательская.	4
г)	Функции профессиональной деятельности выпускника. управление, проектирование, социально-организаторская деятельность.	4
17	Формулировка результатов обучения на основе компетенций	4
18	Определение модулей дисциплин в соответствии результатами обучения	6
19	Матрица достижимости результатов обучения	23
20	Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля	25
21	Критерии оценки результатов обучения	27
22	Сертификационная программа (minor )	28

### Формулировка результатов обучения на основе компетенций

Тип компетенций	Код результата обучения	Результат обучения (по таксономии Блума)
1. Поведенческие навыки и личностные качества: (Softskills)	PO 1	Демонстрирует знания прикладных экономических, юридических, естественно-научных дисциплин, способствующих реализации основных направлений модернизации общественного сознания. Применяет знания об обществе, правовых интересах сторон в сфере защиты прав физических и юридических лиц, экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности.
	PO 2	Определяет сущность и особенности, периоды развития и становления PR как социальной науки, ее взаимосвязь с массовыми коммуникациями, функции и предназначение.
	PO 3	Разрабатывает локальный авторский медиапроект, используя современные технологии в массовых коммуникациях, используя технические средства.
2. Цифровые компетенции: (Digital skills):	PO 4	Понимает основные понятия и инструменты современного брендинга, функции, задачи сферы применения PR, а также имеет базовые навыки организации сбора и анализа социальной информации.
	PO 5	Обладает знаниями о закономерностях и этапах, как исторического, так и современного процесса развития массовой коммуникации и связей с общественностью, основные события и тенденции, как казахстанских, так и зарубежных PR, в том числе рекламных и пиар агентств.
	PO 6	Проводит маркетинговые исследования, медиапланирование, PR-акции; отслеживать результаты рекламы и анализировать ее эффективность.
	PO 7	Применяет навыки делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней, оценивает эффективность деятельности в экономической сфере и принимает обоснованные управленческие решения по планированию PR поддержки.
3. Профессиональные компетенции: (Hardskills)	PO 8	Определяет жанры рекламы и документов, относящихся к PR, основные теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач, технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, технологии формирования общественного мнения.
	PO 9	Разрабатывает программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций, используя методы исследования современного медиапространства, индивидуальные креативные способности при создании PR-проектов.
	PO 10	Решает конкретные задачи морального выбора, этически анализирует конфликтные ситуации, управляет кризисными и проблемными ситуациями в организации, формирует положительный имидж организации.
	PO 11	Профессионально ведет маркетинговую, коммерческую, рекламную работу; анализирует социально-значимые проблемы и тенденции, методы маркетинга.
	PO 12	Использует основные направления PR-деятельности в сфере спорта, а также работает над созданием положительной репутации компании, бренда, товара или услуги.
	PO 13	Выполняет работу PR-специалиста в условиях медиаконвергенции и использует коммуникативные технологии, применяемые в практике Public Relations в условиях кризиса.
	PO 14	На выборах используют методы, которые используют пиар-специалисты в социальных сетях и избирательных технологиях.
	PO 15	Готов к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, ориентируясь в развитии современного информационного общества, осознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.

### Определение модулей дисциплин в соответствии результатами обучения

Код результата обучения	Наименование модуля	Наименование дисциплин	Объем (ECTS)
PO 1	Мировоззренческие основы модернизации общественного сознания	История Казахстана (ГЭ)	5
PO 1		Философия	5
PO 1		Основы прикладного бизнеса и финансовой грамотности Экология и основы безопасности жизнедеятельности Основы права и антикоррупционной культуры Основы научных исследований	5
PO1		Социально-политических знаний	4
PO 2	Информационно-коммуникативный	Политология, Социология	4
PO 2		Культурология, Психология	4
PO 2		Информационно-коммуникационные технологии	5
PO2		Казахский язык (Русский язык)	10
PO 3	Основы PR	Иностранный язык	10
PO3		Физическая культура	8
PO 3		История развития PR в Америке	5
PO3		Технология ведения переговоров	6
PO 4		Особенности деятельности СМИ и PR-служб	5
PO 4		PR-технологии	6
PO 4		Основы копирайтинга	5
PO 4		Организация PR-проектов	4
PO 4		Страновой брендинг и международный PR	4
PO 4		Теория и практика публич рилейнз	4
PO 4		Методы сбора информации	6
PO 4		Язык документации	5
PO 4	Учебная	1	
PO 4	Основы взаимоотношений служб PR и СМИ	Проведение PR-кампаний в некоммерческом секторе/ Ситуационный анализ в PR	5
PO 4		Исследование целевой аудитории/ Деятельность PR-агентств	5
PO 4		Коммуникация в социальных медиа /Управление репутацией в социальных сетях	6
PO 5		Работа PR-специалиста в государственных структурах/ История мировой журналистики	6
PO 5		Пресс-служба в современном коммуникационном процессе/Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий	5
PO 5	Универсальные приемы PR	Методы сбора информации в социологическом исследовании/ История развития PR в Казахстане	5
PO 6		Современные массовые коммуникации/ Имиджология	6
PO 6	Управление PR-проектами/Страновой брендинг	Управление PR-проектами/Страновой брендинг	6
PO 7		Организация культурно-досуговой деятельности/История рекламы	5
PO 8	PR в сфере культуры и искусства/Когнитивный стиль современного PR-специалиста	5	

PO 8		Связь с общественностью и реклама/Профессиональная этика PR-специалиста	6
PO 6,7,8,9,10		Производственная практика	4
PO 10	Современные технологии PR	Навыки поддержки и продвижения веб-сайта/ Кризисный PR	4
PO 11		Спортивный PR/ Политическая регионалистика	6
PO 12		Основы интегрированных коммуникаций/ Конвергентные СМИ/	4
PO 13		Современные теории социального благополучия /Важные аспекты построения корпоративной репутации	4
PO 5,6,7,11,13		Производственная практика	20
PO 4,5,6,7,8,9,10,11		Преддипломная	3
PO 14	Политическое измерение социальной жизни (MINOR)	Применение IT технологии в информационной политике государства/PR в политике и государственном управлении	5
PO 14		Правовые и этические стороны рекламы/Политическая конфликтология	5
PO 15		Политическое сознание и политическое поведение/PR технологии политических выборов	5
PO 15		Политический публик рилейшнз/ PR и журналистика в политическом процессе	5
PO3,5,6,7,8,9,11	Итоговая аттестация	Написание и защита дипломной работы, дипломного проекта или подготовка и сдача комплексного экзамена	8



### Матрица достижимости результатов обучения

NN п/п	Наименование дисциплин	Краткое описание дисциплины (30-40 слов)	Кол- во кредитов	Формируемые результаты обучения (коды)												
				PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	PO 5	PO 6	PO 7	PO 8	PO 9	PO 10	PO 11	PO 12	PO 13
Цикл общеобразовательных дисциплин (для бакалавриата)																
Компонент по выбору																
D1	История Казахстана (ГЭ)	Изучается с целью формирования знаний об истории Казахстана в соответствии с закономерностями исторического развития человечества. Рассматриваются вопросы о целостном видении исторических событий, фактов, процессов, выявляющих исторические законы и закономерности, имевшие место на территории Казахстана с древнейших времен до наших дней.	5	+	+											
	Философия	Изучается с целью формирования знаний о наиболее общих законах развития природы, общества и мышления. Рассматриваются вопросы реальности (бытия), бытия человека, об отношении человека и окружающего его мира, человеческого познания, эволюции мира и общества, материальной и духовной составляющей жизни человека	5	+	+											
	Культурология, Психология	Изучается с целью формирования знаний о задачах и месте психологии, коммуникации в системе наук о человеке. Рассматриваются психологические факторы и сущность психологического воздействия на здоровье; история о многообразии подходов к понятию, сущности, функций, современной трактовки определения культуры.	4	+	+											
	Политология, Социология	Изучается с целью формирования знаний о политике, сущности социальных сообществ как целостного общественного явления. Рассматриваются вопросы о закономерностях развития и функционирования политической власти, социальных процессах как механизмах взаимодействия между сообществами и личностью, осуществления и распределения власти в государстве и обществе	4	+	+											
	Информационно-коммуникационные технологии	Изучается с целью формирования навыков поиска и анализа информации, особенностей различных операционных систем. Рассматриваются архитектура ПЭВМ, работа с электронными таблицами и с базами	5	+	+											

		данных, методы и средства защиты информации, создание мультимедийных презентаций, использование информационных ресурсов, Интернет и его службы																		
	Иностранный язык	Изучается с целью формирования навыков межкультурно-коммуникативной компетенции студентов в процессе иноязычного образования на достаточном уровне (A2, общеевропейская компетенция) и уровне базовой достаточности (B1, общеевропейская компетенция); формулирования и аргументированного высказывания своей позиции, с применением языковых средств изучаемых языков и деловой речи	10	+	+															
	Казахский язык (Русский язык)	Изучается с целью формирования навыков практического освоения казахского (русского) языка по четырем видам речевой деятельности (чтение, говорение, аудирование, письмо) в соответствии с уровнем квалификации A2, B1, B2, C1; восприятия значений слов по контексту; построения варианта монолога/диалога; написания сообщений и т.п.	10	+	+															
	Физическая культура	Изучается с целью формирования навыков социально-личностных компетенций студентов и способности целенаправленно использовать средства и методы физической культуры, обеспечивающие сохранение, укрепление здоровья для подготовки к профессиональной деятельности; к стойкому перенесению физических нагрузок, нервно-психических напряжений и неблагоприятных факторов в будущей трудовой деятельности	8		+	+														
	Основы права и антикоррупционной культуры	Изучается с целью формирования знаний о правовом воспитании, правовой и антикоррупционной культуре, повышении правосознания. Курс предназначен для изучения основных отраслей современного права, понимания законодательства Республики Казахстан, критического анализа коррупционных проявлений и выработке собственной гражданской позиции по отношению к данному явлению.	5	+		+														
				+		+														

	Прикладной бизнес	Дисциплина изучается с целью формирования знаний в области экономических основ построения и ведения собственного бизнеса, начиная от генерации идей, составления ценностного предложения, исследования рынка, определения потребителя, ресурсов и заканчивая презентацией готового стартап проекта, а также получения практических навыков на основе изучения теории и практики бизнеса.																			
	Экология и основы безопасности жизнедеятельности	Изучается с целью формирования знаний и представлений об основах развития природы и общества. Рассматриваются теоретические законы и современные подходы рационального использования природных ресурсов. Курс предназначен для изучения правил поведения в чрезвычайных ситуациях, прогнозирования развития негативных воздействий антропогенной деятельности.			+																
	Основы научных исследований	Изучается с целью развития навыков научно-исследовательской деятельности и готовности студентов к проведению научно-исследовательских работ. В рамках курса рассматриваются место науки в системе общественных отношений, методы и уровни научного познания, основные этапы реализации научного исследования.			+			+													
Цикл базовых дисциплин Вузovsky компонент																					
D2	История развития PR в Америке	Курс изучается с целью формирования знаний об исторических этапах в развитии связей с общественностью в Америке, навыков анализа кодекса IPRA. Рассматриваются вопросы создания и функционирования первых фирм паблисити, открытия пиар-фирм. Курс предназначен для изучения деятелей в области связей с общественностью Айви Ли, Эдварда Бернейза.	5		+																
D3	Технология ведения переговоров	Цель и содержание курса изучить национальной специфики переговоров как одной из сложнейших форма коммуникаций. Изучается с целью формирования представлений об этапах подготовки журналистского интервью, навыков проведения интервью. Курс предназначен для изучения принципов общения журналистов, передаче и приеме информации в ходе переговоров.	5		+																
D4	Особенности деятельности СМИ и PR-служб	Курс изучается с целью формирования знаний о государственной службе как открытой системе, навыков анализа информации казахстанских пресс-служб. Курс предназначен для изучения форм и	5		+																

		методов работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.																	
D5	PR-технологии	Курс изучается с целью формирования знаний PR в системе управления, навыков формирования единых стандартов корпоративной культуры. Курс предназначен для изучения учета желаний, потребностей и взглядов общества, корпоративного имиджа PR первых лиц, современных PR технологий.	6		+	+													
D6	Основы копирайтинга	Курс предназначен для формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке содержания рекламных текстов, сообщений, слоганов. Овладение дисциплиной является предпосылкой для дальнейшего углубления знаний обучающихся в области маркетинговых задач, генерирования новых креативных идей.	5			+													
D7	Организация PR-проектов	Курс изучается с целью формирования знаний об общей концепции PR-проекта, навыков организации работы с поставщиками и подрядчиками. Курс предназначен для изучения разработки PR-проекта, составление его бюджета, выбора формата, места проведения PR-проекта.	4				+												
D8	Страновой брендинг и международный PR	Курс предназначен для формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных со спецификой странового брендинга как коммуникативной технологии. Рассматриваются вопросы освоение теоретических подходов и практических навыков по оценке страновых ресурсов в продвижении международных PR и брендов и реализации задач по развитию инвестирования.	4				+												
D9	Теория и практика публичных отношений	Курс изучается с целью формирования знаний о сильных и слабых сторонах компании, навыков анализа стратегической позиции компании и конкуренции. Курс предназначен для изучения позиционного анализа, технологии ситуационного анализа, формулирования и распространения идей соответствующих миссии организации в публичной политике.	4				+												
D10	Методы сбора информации	Цель курса призвана помочь студентам осознать необходимость теоретических и практических основ методов сбора информации, опираясь на методологию социологического исследования. Овладение данным курсом является предпосылкой для дальнейшего углубления знаний обучающегося в	6				+												



		ситуации.																		
	Управление репутацией в социальных сетях	Курс изучается с целью формирования знаний о расширении системы знаний и умений студентов в вопросах управления репутацией в социальных сетях. Рассматриваются вопросы изучить технологии обучения основам управления репутацией в цифровой среде. Представлены различия между имиджем, репутацией и брендом, выявлены составные части репутации.																		
D14	История мировой журналистики	Курс изучается с целью формирования знаний о основных тенденции развития мировой журналистики. Рассматриваются вопросы выяснить развития информационно-коммуникационных процессов в древности. Курс освещает исторические аспекты взаимоотношения печати и государства, проблемы свободы печати и развития политической публицистики в современный период.	5																	
	Работа PR специалиста в государственных структурах	Курс изучается с целью формирования знаний о аспектах теории и практики PR специалиста в государственных структурах. Дисциплина предполагает и способствует усвоению студентами знаний по таким вопросам, как деловые коммуникации, управление брендами, маркетинговые коммуникации.																		
D15	Пресс-служба в современном коммуникационном процессе	Курс изучается с целью формирования знаний о пресс-службе в современном коммуникационном процессе. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями работы, порядком организации информационно-аналитической пресс-службы, с методами ведения официального сайта. Дисциплина способствует формированию технологии создания имиджа государственной службы.	5																	
	Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий	Цель курса знакомит со структурой и инфраструктурой PR-рынка, характеристикой субъектов и объектов связей с общественностью, PR-службами, помогает понять основания для составления бюджета, представляет сведения о составляющих PR-бюджета и способах расчета бюджета при проведении PR-кампаний.																		
D16	История развития PR в Казахстане	Цель курса предназначена для формирования у студентов системных представлений и базовых знаний в области истории развития PR в Казахстане. Представлены основные персоналии, организации, кампании РК, сыгравшие выдающуюся роль в	5																	

		становлении этой области профессиональной деятельности.																
	Методы сбора информации в социологическом исследовании	Цель курса призвана помочь студентам осознать необходимость теоретических и практических основ методов сбора информации, опираясь на методологию социологического исследования. Овладение данным курсом является предпосылкой для дальнейшего углубления знаний обучающегося в области приобретения опыта в анализе реальных социологических данных.											+					
D17	Современные массовые коммуникации	Цель курса призвана сформировать у обучающихся комплексных знаний о важнейших процессах и явлениях в сфере массовых коммуникаций, а также выработать представление о теориях и концепциях функционирования массовой коммуникации. Рассматривается изучение современного состояния системы средств коммуникации информации, организационных форм медиаиндустрии.	6															
	Имиджелогия	Курс имиджелогии нацеливается на расширение системы знаний и умений студентов о психологических и социокультурных закономерностях формирования и функционирования имиджа, осмысление имиджа как системы, выполняющей функцию обновления социокоммуникативных связей общества. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов представлений о современном состоянии имиджелогии как науки.																
D18	Управление проектами PR-	Курс направлен на расширение системы знаний и умений студентов в вопросах алгоритма проектирования в рекламе и связях общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов. Предлагается методика обучения навыкам анализа проектов с технической и экономической сторон, в целях формирования у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR-кампаний.	6															
	Страновой брендинг	Цель курса определить место брендинга в системе маркетинговых инструментов. Курс предназначен для формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных со спецификой странового брендинга как коммуникативной технологии, освоением теоретических подходов и практических навыков по																

		оценке страновых ресурсов в продвижении брендов и реализации задач по развитию инвестирования.																							
D19	Организация культурно-досуговой деятельности	Курс изучается с целью освоит совокупность ценностей, традиций, норм общества. обучения. Содержание курса раскрывает теоретическую сущность культурно-досуговой деятельности, описывает принципы, мотивы, функции досуга, а также историю становления. Рассматривается вопросы знакомит с методикой организации культурно-досуговых программ с спецификой музыкального оформления мероприятий.	5																		+				
	История рекламы	Курс изучается с целью формирования знаний у студентов системных представлений и базовых знаний в области истории рекламы как социального института, истории становления рекламных технологий и развития рекламного бизнеса.																					+		
D 20	Когнитивный стиль PR-специалиста	Курс изучается с целью формирования представлений теории и практики рекламы и связей с общественностью, основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в PR-сфере. Дисциплина предполагает и способствует усвоению студентами знаний по таким вопросам, как деловые коммуникации, управление брендами, маркетинговые коммуникации.	5																				+		
	PR в сфере культуры и искусства	Курс изучается с целью формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с комплексом знаний, умений и навыков, позволяющих организовывать коммуникацию с общественными организациями, в целях реализации культурной политики государства по созданию сохранению и распространению культурных ценностей, знакомства с особенностями PR в сфере культуры и искусства.																					+		
D21	Связь с общественностью и реклама	Курс изучается с целью формирования компетенций необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик. Овладение дисциплиной является предпосылкой для дальнейшего углубления знаний обучающихся в области навыков работы в пресс-службах, делового общения, умения устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения.	6																				+		
	Профессиональная этика PR специалиста	Курс изучается с целью изучение этических аспектов PR-коммуникации, включая коммуникацию со средствами массовой информации, юридических																						+	



		аспектов деятельности PR-специалиста в Республике Казахстан. Курс призван выделить этический аспект как основной регулятор профессиональной деятельности для PR-специалистов, приобретение и развитие навыков PR-коммуникации на основанорм профессиональной этики.																				
D22	Кризисный PR	Курс изучается с целью дать студентам основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий кризисной ситуации применительно к организации. А также рассматривается вопросы раскрытию рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов.	4																			
	Навыки поддержки и продвижения веб-сайта	Курс изучается с целью сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга. Рассматривается вопрос стимулировать творческий подход к работе с интернет-медиа, интернетмаркетинга, инструменты реализации бизнеспроцесса.																				
D23	Спортивный PR	Курс изучается с целью сформировать у студентов базовых знаний о связях с общественностью в физической культуре и спорте, рекламной деятельности, становлении и развитии как профессии современного менеджмента в обществе с рыночной экономикой. Рассматривает отечественную и зарубежную теорию и практику PR.	5																			
	Политическая регионалистика	Цель дисциплины предполагает основные подходы в изучении регионалистики. Рассматривается общегеографический анализ, общественно-географический подход исследованиями пространственного распространения политических явлений, геополитический подход – исследование конкретно-исторических форм влияния пространственно-территориального положения государств на локальные, национальные, политические процессы.																				





**Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля**

Результаты обучения	Планируемые результаты обучения по модулю	Методы обучения	Методы оценивания
PO1	Демонстрирует знания прикладных экономических, юридических, естественно-научных дисциплин, способствующих реализации основных направлений модернизации общественного сознания. Применяет знания об обществе, правовых интересах сторон в сфере защиты прав физических и юридических лиц, экономических и социальных условия осуществления предпринимательской деятельности.	интерактивная лекция	тест
PO2	Определяет сущность и особенности, периоды развития и становления PR как социальной науки, ее взаимосвязь с массовыми коммуникациями, функции и предназначение.	кейс-методы	коллоквиум
PO3	Разрабатывает локальный авторский медиапроект, используя современные технологии в массовых коммуникациях, используя технические средства.	проектное обучение	презентации
PO4	Понимает основные понятия и инструменты современного брендинга, функции, задачи сферы применения PR, а также имеет базовые навыки организации сбора и анализа социальной информации.	дискуссия	подготовка проекта
PO5	Обладает знаниями о закономерностях и этапах, как исторического, так и современного процесса развития массовой коммуникации и связей с общественностью, основные события и тенденции, как казахстанских, так и зарубежных PR, в том числе рекламных и пиар агентств.	перевернутый класс (Flipped Class)	написание эссе
PO 6	Проводит маркетинговые исследования, медиапланирование, PR-акции; отслеживать результаты рекламы и анализировать ее эффективность.	круглый стол	портфолио
PO 7	Применяет навыки делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней, оценивает эффективность деятельности в экономической сфере и принимает обоснованные управленческие решения по планированию PR поддержки.	интерактивная лекция	написание аннотации
PO 8	Определяет жанры рекламы и документов, относящихся к PR, основные теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач, технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, технологии формирования общественного мнения.	викторина	гlossарий
PO 9	Разрабатывает программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций, используя методы исследования современного медиапространства,	экскурсия	доклад

	индивидуальные креативные способности при создании PR-проектов.		
PO 10	Решает конкретные задачи морального выбора, этически анализирует конфликтные ситуации, управляет кризисными и проблемными ситуациями в организации, формирует положительный имидж организации.	круглый стол	портфолио
PO 11	Профессионально ведет маркетинговую, коммерческую, рекламную работу; анализирует социально-значимые проблемы и тенденции, методы маркетинга.	подготовка проекта	защита проекта
PO 12	Использует основные направления PR-деятельности в сфере спорта, а также работает над созданием положительной репутации компании, бренда, товара или услуги.	экскурсия	доклад
PO 13	Выполняет работу PR-специалиста в условиях медиаконвергенции и использует коммуникативные технологии, применяемые в практике Public Relations в условиях кризиса.	мозговой штурм	работа в группах
PO 14	На выборах используют методы, которые используют пиар-специалисты в социальных сетях и избирательных технологиях.	интерактивная лекция	написание аннотации
PO 15	Готов к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, ориентируясь в развитии современного информационного общества, осознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.	викторина	тест

## Критерии оценки результатов обучения

Коды РО	Критерии
РО 1	«Определяет современные тенденции развития экономики Казахстана». Критерий оценки достижимости может измеряться через знание Концепции развития экономики Казахстана на 2020-2025 годы; через умение делать SWOT-анализ экономического развития.
РО 2	<b>Знает</b> закономерности и этапы исторического и современного процесса развития массовых коммуникаций и связей с общественностью, основных событиях и тенденциях как казахстанских, так и зарубежных массовых коммуникаций и PR, в том числе рекламных и PR агентств.
	<b>Умеет</b> определять сущность и особенности, периоды развития и становления PR как социальной науки, ее взаимосвязь с массовыми коммуникациями, функции и предназначение.
	<b>Владеет</b> навыками организации и управления казахстанских, так и зарубежных массовых коммуникаций и PR, в том числе рекламных и PR агентств.
РО 3	<b>Знает</b> историю и современную практику массовой коммуникации и различные ее виды и формы.
	<b>Умеет</b> разрабатывать локальный авторский медиапроект, используя современные технологии в массовых коммуникациях.
	<b>Владеет</b> навыками устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью.
РО 4	<b>Знает</b> основные понятия и инструменты современного брендинга, функции, задачи сферы применения PR, а также имеет базовые навыки организации сбора и анализа социальной информации.
	<b>Умеет</b> писать тексты для различных социальных сетей, сайтов, работать онлайн.
	<b>Владеет</b> навыками написания текстов различных жанров, навыками создания видеороликов и подкастов.
РО 5	<b>Знает</b> основные специальности, которые сегодня существуют в сфере пиар-структур.
	<b>Умеет</b> анализировать специфику работы в пиар-структурах, понимает особенности каждой профессии.
	<b>Владеет</b> практическими навыками работы в различных подразделениях пиар-компаний.
РО 6	<b>Знает</b> о планировании и организации рекламных, пропагандистских, информационных кампаний.
	<b>Умеет</b> организовать и вести протокольно-деловые мероприятия; проводить маркетинговые исследования, медиапланирование, PR-акции; отслеживать результаты рекламы и анализировать ее эффективность.
	<b>Владеет</b> навыками социального и политического маркетинга.
РО 7	<b>Знает</b> об эффективности и деятельности в экономической сфере, об управленческих решениях по планированию PR поддержки.
	<b>Умеет</b> правильно и логично оформить свои мысли в устной и письменной форме, участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам.
	<b>Владеет</b> навыками делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней.
РО 8	<b>Знает</b> о жанрах рекламы и документов, относящихся к PR, основные теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач.
	<b>Умеет</b> формировать и продвигать имидж государственной службы, технологию формирования общественного мнения.
	<b>Владеет</b> навыками исследования для анализа проблем, возникающих в ходе его профессиональной деятельности.
РО 9	<b>Знает</b> о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами современного естествознания, развития науки и техники, понимает их социально-экономические и политические последствия.

	<b>Умеет</b> разрабатывать и реализовывать программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций.
	<b>Владеет</b> навыками проведения исследования современного медиапространства, индивидуальными креативными способностями при создании PR-проектов.
PO 10	<b>Знает</b> об организации, формировании положительного имиджа организации.
	<b>Умеет</b> проанализировать конфликтные ситуации, управлять кризисными и проблемными ситуациями в организации и формировать позитивный имидж организации.
	<b>Владеет</b> навыками работы в кризисных ситуациях.
PO 11	<b>Знает</b> о коммуникативных стратегиях эффективного PR для казахстанского и зарубежного рынка с измеряемыми индикаторами эффективности деятельности служб и подразделений по связям с общественностью.
	<b>Умеет</b> профессионально вести маркетинговую, коммерческую, рекламную работу; анализировать социально-значимые проблемы и процессы, методы маркетинга в различных видах жизнедеятельности.
	<b>Владеет</b> навыками делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней, принимать обоснованные управленческие решения по планированию PR-поддержки.
PO 12	<b>Знает</b> о моделировании коммуникационных процессов в условиях глобализации, об инструментальных цифровых методах.
	<b>Умеет</b> использовать основные направления PR-деятельности работая над созданием положительной репутации компании, бренда, товара или услуги.
	<b>Владеет</b> навыками организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации. работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве.
PO 13	<b>Знает</b> о работе в пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации, отделах по связям с общественностью, отделах рекламы.
	<b>Умеет</b> создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы.
	<b>Владеет</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга.
PO 14	<b>Владеет</b> знаниями использования методов, применяемых пиар-специалистами в социальных сетях и в избирательных технологиях на выборах.
	<b>Умеет</b> собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.
	<b>Владеет</b> навыками работы в социальных сетях.
PO 15	Обладает <b>знанием</b> истории и основных теорий менеджмента, владением основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знанием основ бизнес-процессов.
	<b>Умеет</b> формировать эффективные внутренние коммуникации, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации.
	<b>Владеет</b> навыками формирования и поддержания корпоративной культуры.

Сертификационная программа (minor) «**Политическое измерение социальной жизни**»

Наименование модуля	Семестры, дисциплины						
	1	2	3	4	5	6	7
Политическое измерение социальной жизни 1						Политическая журналистика Политическое лидерство	Кибер журналистика Права ребенка и журналистика
Политическое измерение социальной жизни 2						СМИ и политика Правовые основы журналистики	Политическая медиация Политическое сознание и политическое поведение



## Модель выпускника образовательной программы

Атрибуты выпускника (разработаны на основе компетенций и результатов обучения):

### Атрибуты

Высокий профессионализм в в системе PR-технологий

Эмоциональный интеллект

Адаптивность к глобальным вызовам

Лидерство

Гармонизация личных и общественных интересов

Глобальная гражданственность

Понимание важности принципов и культуры академической честности

Типы компетенций	Описание компетенций
1. Поведенческие навыки и личностные качества (Softskills)	Характеризует сущность и особенности, периоды развития и становления PR как социальной науки, ее взаимосвязь с массовыми коммуникациями, функции и предназначение. Распознает закономерности и этапы, как исторического, так и современного процесса развития массовой коммуникации и связей с общественностью, основные события и тенденции, как казахстанских, так и зарубежных PR, в том числе рекламных и пиар агентств. Базируется на передовых знаниях в области связей с общественностью, демонстрирует знания и понимание.
2. Цифровые компетенции (Digital skills):	Определяет жанры рекламы и документов, относящихся к PR, основные теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач, технологии формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, технологии формирования общественного мнения. Организует разработку и реализацию программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций, используя методы исследования современного медиапространства, индивидуальные креативные способности при создании PR-проектов. Формирует навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в области связей с общественностью.

<p>3. Профессиональные компетенции (Hardskills)</p>	<p>Выполняет профессионально маркетинговую, коммерческую и рекламную работу; анализировать социально-значимые проблемы и процессы, методы маркетинга в различных видах жизнедеятельности. Проектирует основные направления PR-деятельности, работая над созданием положительной репутации компании, бренда, товара или услуги. Применяет знания и понимание на профессиональном уровне, формирует аргументы и может решать проблемы в области связей с общественностью. Реализует методы, применяемые пиар-специалистами в социальных сетях и в избирательных технологиях на выборах. Использует теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач в области PR.</p>
---	---

**Разработчики:**

Члены рабочей группы:

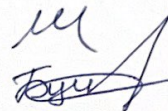
Завед.кафедрой журналистики

к.фн., ассоц.профессор

Студентка 3-го курса



Ж.С.Рамазанова



М.К.Жумабеков



В.Б.Буц

Образовательная программа рассмотрена на совете факультета от 30.03.24 протокол № 7

Образовательная программа рассмотрена на заседании Академического совета от 29.04.24 протокол № 5

Образовательная программа рассмотрена и утверждена на заседании Правления университета от 24.05.2024 протокол № 8

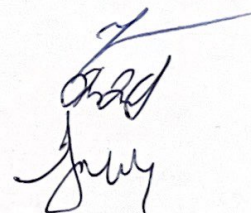
Член Правления - Проректор по академическим вопросам

М.М.Умуркулова

Директор Департамента по академической работе

Т.М.Хасенова

Декан факультета



Е.Е.Түйте

## ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

«6В03202- Связь с общественностью»

Цель Плана – содействовать повышению качества условий реализации образовательной программы с учётом актуальных требований рынка труда и достижений современной науки.

### Целевые индикаторы

№	Индикаторы	Ед. изм.	2024-2025 (план)	2025-2026 (план)	2026-2027 (план)	2027-2028 (план)
1	<b>Развитие кадрового потенциала</b>					
1.1	Прирост числа преподавателей с учеными степенями	Кол-во чел.				1
1.2	Повышение квалификации по профилю преподавания	Кол-во чел.	2	2	2	2
1.3	Привлечение к преподаванию специалистов-практиков	Кол-во чел.	2	2	2	2
1.4	Другое	Кол-во чел.				
2	<b>Продвижение ОП в рейтингах</b>					
2.1	НАОКО	Позиция	5	4	4	4
2.2	НААР	Позиция	5	3	3	3
2.3	Атамекен	Позиция	5	3	3	3
3.	<b>Разработка учебной и научно-методической литературы, электронных ресурсов</b>					
3.1	Учебники	Кол-во				1
3.2	Учебные пособия	Кол-во		1		1

3.3	Методические рекомендации/указание	Кол-во	1		1	
3.4	Электронный учебник	Кол-во		1		1
3.5	Видео/аудиолекции	Кол-во	1	1	1	1
3.6	Другое	Кол-во				
<b>4.</b>	<b>Развитие учебной и лабораторной базы</b>					
4.1	Приобретение программных продуктов	Кол-во		1		1
4.2	Приобретение оборудования	Кол-во	1		1	
4.3	Другое	Кол-во				
<b>5.</b>	<b>Актуализация содержания ОП</b>					
5.1	Обновление результатов обучения и перечня дисциплин с учётом требований рынка труда, достижений науки, профессиональных стандартов		+			
5.2	Введение в ОП учебных дисциплин на иностранных языках*					1
5.3	Внедрение новых методов обучения		+	+	+	+
5.4	Открытие на базе ОП совместной/двудипломной программы					
5.5	Другое					

Заведующий кафедрой журналистики

Рамазанова Ж.С.