

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА Е.А.БУКЕТОВА

«СОГЛАСОВАНО»

Главный директор медиахолдинга
«Saryarqa aqparat»

 Обілда Қ.Ж.
«17» 03 2023 г.

«СОГЛАСОВАНО»

Начальник ДЧС
Карагандинской области

«17» 03

«СОГЛАСОВАНО»

Палата предпринимателей
Карагандинской области
«Атамекен»

 Кульшеисов Е.Д.
«17» 03 2023 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Председатель Правления
Карагандинского университета
академика Е.А.Букетова
Ректор  Дулатбеков Н.О.

«30» 05 2023 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«6B03202 - Связь с общественностью»

Уровень: Бакалавриат

Караганда, 2023

Образовательная программа «6В03202 - 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.

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 (ДДОП)	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	19
21	Критерии оценки результатов обучения	21
22	Сертификационная программа (minor)	23
23	Модель выпускника	24

№	Паспорт образовательной программы	Страницы
1	Код и наименование образовательной программы : «6В03202 – Связь с общественностью»	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	8
20	Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля	19
21	Критерии оценки результатов обучения	21
22	Сертификационная программа (minor)	23

23	Модель выпускника	23
----	-------------------	----

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	Ведет профессионально 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	Использует на выборах методы, которые используют пиар-специалисты в социальных сетях и избирательных технологиях.
	PO 15	Способен взаимодействовать 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		Экология и основы безопасности жизнедеятельности	5
PO 1		Прикладной бизнес	
		Основы права и антикоррупционной культуры	
		Основы научных исследований	
PO1	Социально-политических знаний	Политология, Социология	4
PO 2	Информационно-коммуникативный	Культурология, Психология	4
PO 2		Информационно-коммуникационные технологии	5
PO 2		Казахский язык	10
PO2		Иностранный язык	10
PO 3	Основы PR	Физическая культура	8
PO3		История развития PR в Америке	5
PO 3		Технология ведения переговоров	6
PO 3		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 публичных отношений	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		Методы сбора информации в социологическом исследовании/ История развития PR в Казахстане	5
PO 6	Универсальные приемы PR	Современные массовые коммуникации/ Имиджелогия	6
PO 6		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 паблик рилейшнз/ PR и журналистика в политическом процессе	5
PO 3,5,6,7,8,9,11	Итоговая аттестация	Итоговая аттестация	8

Матрица достижимости результатов обучения

NN п/п	Наименование дисциплин	Краткое описание дисциплины (30-40 слов)	Кол- во креди- тов	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	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		+		+													

		предназначен для изучения учета желаний, потребностей и взглядов общества, корпоративного имиджа PR первых лиц, современных PR технологий.																	
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 паблик рилейшнз	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 области приобретения опыта в анализе реальных социологических данных.	6			+													
D11	Язык документации	Изучается с целью формирования знаний о функциях и свойствах документов, их регулирование и оформление, навыков подготовки офисных,	5								+	+							

[illegible]

		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. Рассматривается 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 аспектов 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 становлении этой области профессиональной деятельности.	5							+								
	Методы сбора информации в социологическом	Цель курса призвана помочь студентам осознать необходимость теоретических и практических основ методов сбора информации, опираясь на								+								

	исследовании	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 освоить совокупность ценностей, традиций, норм общества. обучения. Содержание курса раскрывает теоретическую	5												+				

		сущность культурно-досуговой деятельности, описывает принципы, мотивы, функции досуга, а также историю становления. Рассматриваются вопросы знакомит с методикой организации культурно-досуговых программ с спецификой музыкального оформления мероприятий.																
	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 современного специалиста PR-	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 основе норм 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 рассматриваются 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.											+					
D24	Конвергентные СМИ	Курс изучается с целью формирования о процессах медиаконвергенции, знакомя их с организационными моделями редакций СМИ в условиях перехода к мультимедийному и кроссмедийному производству контента. Курс призван сформировать у студентов представления об устройстве редакций конвергентных СМИ и объяснить логику конвергентных СМИ.	4									+						
																		+

	Основы интегрированных коммуникаций	Дисциплина изучается с целью формирования знаний об исторических этапах формирования рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. Рассматривается проектирование социологического исследования общественного мнения на предмет выявления имиджевых характеристик конкретной кампании.																	
D25	Важные аспекты построения корпоративной репутации	Дисциплина изучается с целью формирования знаний по установлению соотношения репутации и корпоративного имиджа. Рассматривается формирование корпоративного имиджа, а также проводится сравнительный анализ имиджа и репутации.	4										+						
	Современные теории социального благополучия	Дисциплина изучается с целью формирования знаний основных детерминант социального благополучия личности, семьи, социальных групп и общества. Рассматриваются место и роль социального образования в формировании высокой социальной культуры населения и объединении социальных субъектов, окружающей среды и связывающих их регуляторов.											+						
D26	Применение ИТ в информационной политике государства	Дисциплина изучается с целью формирования знаний об информационных технологиях, программном обеспечении и сети, необходимых для создания, хранения, управления, передачи и поиска информации. Рассматриваются информационные технологии и их роль в современном обществе.	5						+										
	PR в политике и государственной секторе	Дисциплина изучается с целью формирования знаний о политической журналистике как взаимодействия власти и государства, политической системы и политического режима, политических партий и общественного политического сознания, демократизации и модернизации общества, глобального и политического прогнозирования и их освещение в средствах массовой информации.											+						
D27	Правовые и этические стороны рекламы	Дисциплина изучается с целью формирования знаний об этической составляющей в планировании, организации и проведении политических PR компаний. Рассматриваются организационная культура и корпоративная этика.	5														+		+
	Политическая конфликтология	Курс изучается с целью формирования знаний о политическом конфликте как социальном феномене. Рассматриваются понятие и сущность политического конфликта, структура политического конфликта, формы проявления политического конфликта,																+	

		религиозный фактор политических конфликтов, а также особенности урегулирования этнополитических конфликтов.																
D28	Политическое сознание и политическое поведение	Дисциплина изучается с целью формирования знаний о глобальных перспективах в области медиаиндустрии, формулировании эффективного решения политических проблем. Курс предназначен для изучения и формирования навыков анализировать и осмысливать реалии современной социальной практики на основе анализа ситуации с правами человека и их освещение в СМИ.	5														+	+
	PR технологии политических выборов	Дисциплина изучается с целью формирования знаний о роли избирательных технологий в избирательном процессе. Рассматриваются базовые понятия: агитация, пропаганда, реклама, связи с общественностью, а также психология массовых политических настроений и стихийных форм поведения как одного из генетически ранних проявлений политической организации.															+	+
D29	Политический паблик рилейшнз	Дисциплина изучается с целью формирования знаний об основных мероприятиях в системе связей с общественностью. Рассматриваются целевые аудитории политических коммуникаций, а также имиджевые стратегии в избирательных кампаниях.	5														+	+
	PR и журналистика в политическом процессе	Дисциплина изучается с целью формирования знаний о структурных элементах политической журналистики. Рассматриваются вопросы: политическая элита, политически активная часть общества, журналисты, специализирующиеся на освещении политических событий, эксперты и интеллектуалы, привлекаемые к участию в информационном сопровождении политического процесса.															+	

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 медиaprостранства,	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	Знает 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.
	Умеет определять сущность и особенности, периоды развития и становления PR как социальной науки, ее взаимосвязь с массовыми коммуникациями, функции и предназначение.
	Владеет навыками организации и управления казахстанских, так и зарубежных массовых коммуникаций и PR, в том числе рекламных и PR агентств.
РО 3	Знает историю и современную практику массовой коммуникации и различные ее виды и формы.
	Умеет разрабатывать локальный авторский медиапроект, используя современные технологии в массовых коммуникациях.
	Владеет навыками устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью.
РО 4	Знает основные понятия и инструменты современного брендинга, функции, задачи сферы применения PR, а также имеет базовые навыки организации сбора и анализа социальной информации.
	Умеет писать тексты для различных социальных сетей, сайтов, работать онлайн.
	Владеет навыками написания текстов различных жанров, навыками создания видеороликов и подкастов.
РО 5	Знает основные специальности, которые сегодня существуют в сфере пиар-структур.
	Умеет анализировать специфику работы в пиар-структурах, понимает особенности каждой профессии.
	Владеет практическими навыками работы в различных подразделениях пиар-компаний.
РО 6	Знает о планировании и организации рекламных, пропагандистских, информационных кампаний.
	Умеет организовать и вести протольно-деловые мероприятия; проводить маркетинговые исследования, медиапланирование, PR-акции; отслеживать результаты рекламы и анализировать ее эффективность.
	Владеет навыками социального и политического маркетинга.
РО 7	Знает об эффективности и деятельности в экономической сфере, об управленческих решениях по планированию PR поддержки.
	Умеет правильно и логично оформить свои мысли в устной и письменной форме, участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам.
	Владеет навыками делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней.
РО 8	Знает о жанрах рекламы и документов, относящихся к PR, основные теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач.
	Умеет формировать и продвигать имидж государственной службы, технологию формирования общественного мнения.
	Владеет навыками исследования для анализа проблем, возникающих в ходе его профессиональной деятельности.
РО 9	Знает 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.

	Умеет разрабатывать и реализовывать программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций.
	Владеет навыками проведения исследования современного медиапространства, индивидуальными креативными способностями при создании PR-проектов.
PO 10	Знает об организации, формировании положительного имиджа организации.
	Умеет проанализировать конфликтные ситуации, управлять кризисными и проблемными ситуациями в организации и формировать позитивный имидж организации.
	Владеет навыками работы в кризисных ситуациях.
PO 11	Знает о коммуникативных стратегиях эффективного PR для казахстанского и зарубежного рынка с измеряемыми индикаторами эффективности деятельности служб и подразделений по связям с общественностью.
	Умеет профессионально вести маркетинговую, коммерческую, рекламную работу; анализировать социально-значимые проблемы и процессы, методы маркетинга в различных видах жизнедеятельности.
	Владеет навыками делового общения специалиста по связям с общественностью всех видов и уровней, принимать обоснованные управленческие решения по планированию PR-поддержки.
PO 12	Знает о моделировании коммуникационных процессов в условиях глобализации, об инструментальных цифровых методах.
	Умеет использовать основные направления PR-деятельности работая над созданием положительной репутации компании, бренда, товара или услуги.
	Владеет 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	Знает о работе в пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации, отделах по связям с общественностью, отделах рекламы.
	Умеет создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы.
	Владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга.
PO 14	Владеет знаниями использования методов, применяемых пиар-специалистами в социальных сетях и в избирательных технологиях на выборах.
	Умеет собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.
	Владеет навыками работы в социальных сетях.
PO 15	Обладает знанием 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.
	Умеет формировать эффективные внутренние коммуникации, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации.
	Владеет 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.

3. Профессиональные компетенции (Hardskills)	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.
---	--

Разработчики:

Члены рабочей группы:

Завед.кафедрой журналистики

к.фн., ассоц.профессор

Студентка 3-го курса

Ж.С.Рамазанова

М.К.Жумабеков

А.Сагитова

Образовательная программа рассмотрена на совете факультета от 06.04.23г. протокол № 9

Образовательная программа рассмотрена на заседании Академического совета от 28.04.23г. протокол № 5

Образовательная программа рассмотрена и утверждена на заседании Правления университета от 30.05.23г. протокол № 12

Член Правления - Проректор по академическим вопросам

и.о. директора Департамента по академической работе

Декан факультета

Т.З.Жүсіпбек

С.А.Смаилова

Е.Е.Түйте

ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

«БВ03202 – 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.	2023-2024 (по факту)	2024-2025 (план)	2025-2026 (план)	2026-2027 (план)
1	Развитие кадрового потенциала					
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	Продвижение ОП в рейтингах					
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.	Разработка учебной и научно-методической литературы, электронных ресурсов					
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				
4.	Развитие учебной и лабораторной базы					
4.1	Приобретение программных продуктов	Кол-во		1		1
4.2	Приобретение оборудования	Кол-во	1		1	
4.3	Другое	Кол-во				
5.	Актуализация содержания ОП					
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.