

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
Журналистика факультеті
ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасы

**ОМО3301; - «Қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті және маркетингі»
пәні бойынша қорытынды емтихан
БАҒДАРЛАМАСЫ**

«5B051400 - Қоғаммен байланыс» мамандығы бойынша білім беру бағдарламасы

Курс – 2
Семестр – 3
Кредит саны – 5 (Лекция-1, Семинар-2)

Алматы 2022 ж.

ОМО3301; «Қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті және маркетингі» пәні бойынша қорытынды емтихан бағдарламасын Жұмыс оқу жоспары және Білім беру беру бағдарламасының пәндер каталогы негізінде құрастырған аға оқытушы, әлеуметтік ғылымдар магистрі Б.Т.Әшірбаев

ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдық медиа кафедрасының мәжілісінде қарастырылды және мақұлданды
«_01_» _____09_____ 2022__ ж., №_1__ хаттама
Кафедра меңгерушісі _____ Н.Т.Шыңғысова

Кіріспе

«Қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті және маркетингі» – міндетті пәндер циклінің пәні болып табылады. Студенттерге дағдарыс жағдайында билік пен халықтың арасындағы қарым-қатынас, демократияның ең басты критерийі – кері байланыстың рөлін түсіндіру. Курс қоғаммен байланыс мамандығының теориялық негіздерін, студенттерге бүгінгі қоғам мен нарықтық экономикадағы қоғаммен байланыстың (PR) рөлі, PR-дың мамандық ретінде қалыптасуы мен дамуының маңызды кезеңдерін, бизнестің салалары, оның функциялары, әдістері және қызметтің негізгі бағыттары жайлы базалық білім беруді қарастырады. Студенттерге ішкі пиардың теориясы мен практикасын қолдана отырып, нарықтық қатынастар заңына сәйкес ережелерді таныстырады. Ұжымдық мәдениетті қалыптастырып, іскірлік қабілетті арттыруға машықтандырады.

Емтиханның мақсаты – оқытылатын пән бойынша қол жеткізілген нәтижелерді бағалау.

Міндеті:

- пән бойынша студенттердің құзыреттіліктерін тексеру;
- студенттердің білімдерін анықтау;
- кәсіби саладағы практикалық мәселелерді шешу.

Емтиханды өткізу түрі: UNIVER, жазбаша

Univer жүйесінде

Қорытынды емтихан кезінде студенттер өздерінің қабілеттілігін көрсете білуі қажет:

- іші коммуникация проблемалары;
- имидж бен абырой мәнінің айырмасын ажырату;
- іскерлік қарым-қатынас туралы тұтас түсінік қалыптастыру;
- тек іскерлік қарым-қатынасқа тән ерекшеліктерді көрсету, осы сегментте ең көп сұранысқа ие PR құралдарын игеру;
- коммуникативті үзілістерді жеңу және ұжымдарда өзара түсіністікке қол жеткізу;

- ұйымның ішкі коммуникацияларының толыққанды жүйесімен танысып, қызметкерлердің адалдығын нығайту, "кері байланыс" құру, корпоративтік медианы дамытуды оқытыту.

Емтихан ережелері:

1. Емтихан кесте бойынша өткізіледі.
2. Студенттер мен оқытушы емтиханның күні мен уақытын алдын ала білуі қажет.
- 3. Универ жүйесінен, әрбір емтихан тапсырушыға жеке бір билет жарияланады.**
4. 30 минут бұрын емтиханның басталатындығы туралы еске салу қажет.
5. Қосымша ақпарат көздерін пайдалануға тыйым салу туралы ескертеді.

Емтихан тапсыру нәтижелері бойынша:

Универ жүйесінде қорытынды ведомостьке бағаларын қояды (емтиханнан кейін 48 сағат ішінде).

Тақырыптар:

1. XXI ғасырдағы менеджмент пен маркетинг. Менеджменттегі коммуникацияның негізгі.
2. Менеджмент, маркетинг және коммуникацияның негізгі формалары. PR-дағы коммуникацияның маңыздылығы. Этика және PR-дағы жауапкершілік.
3. Мерзімді баспасөздің менеджменті және маркетингі.
4. Аудиториямен тиімді байланыс және пәрменділік – менеджменттің басты құралы.
5. Жақсы тақырып – жарты мақала.
6. Әлемдік тарихтағы басқарудың үздік стратегиялары. Менеджменттің мәні. Өнімді өткізу.
7. Қазақстанда коммуникацияны басқарудың мысалдары.
8. PR-бөлімнің қызметін жоспарлау. Стратегиялық жоспарлау.
9. Стратегиялық жоспарлауды жүзеге асыру. Инновациялық қызметтің тиімділігі.
10. Іскери ойын. Тимбилдинг құпиясы, жаттығулар. Команда құру.
11. Ішкі және сыртқы топтармен жұмыс.
12. Маркетингтік коммуникация жүйесі. Ғаламтор технологиялар базасындағы маркетинг.
13. Маркетинг түрлері және олардың Қазақстанда даму тенденциялары.
14. Тұтынушылар мінез-құлқы.
15. Маркетингтің мәні, мазмұны және эволюциясы.

Әдебиет және ресурстар:

Негізгі

1. И.В.Алешина. Паблик рилейшнз для менеджеров. М, 2002
2. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? / Пер. с англ. М, 1990
3. Дороти Доти. Паблицити и паблик рилейшнз. / Пер. с англ. Филин, М, 1996
4. Георгий Почепцов Паблик рилейшнз. М, 1998
5. Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк, Дин Крукеберг. Все о ПР. Теория и практика паблик рилейшнз. М, 2001
6. Почепцов Г.Г. ПР или как успешно управлять общественным мением. М, 1998
7. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М, 1999
8. Чумиков А. Связь с общественностью. М, 2001
9. Блэк С. Введение в Паблик рилейшнз. Ростов на Дону, 1998
10. Блэк С. PR: Международная практика. Изд. Дом "Довгань" 1997.

Қосымша

1. Алешина И.В. Корпоративный имидж. Маркетинг, 1998
2. Невзлин Л.Б. “Паблик рилейшнз – кому это нужно?” М: Экономика. 1992
3. Связь с общественностью – паблик рилейшнз – государственной власти и управления. Под. Ред. В.С.Комаровского. Алматы, 1997
4. Яковлев И. PR в организациях. С-Пб, 1995
5. Честара Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз. М, 1997.