**«Жаһандық медиа бренд: даму мен құру принциптері»**

**пәннің оқу-әдістемелік қамтамасыз етілуінің картасы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Пәннің атауы** | **Авторы және оқулықтың аты** | **Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ кітапханасындағы саны** | | | | **2000 жылдан кейінгілердің саны** | | | |
| **негізгі** | | **қосымша** | | **негізгі** | | **қосымша** | |
| **қаз.** | **орыс.** | **қаз.** | **орыс.** | **қаз.** | **орыс.** | **қаз.** | **орыс.** |
| 1. | **Жаһандық медиа бренд: даму мен құру принциптері** | 1. 1. Дж. Рескин. Лекции об искусстве – М, 1990. 2. Тендит К.Н. Основы репутационного менеджмента. Комсомольск-на Амуре-2013. 3. Назаров M.M. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2000. 4. БишофА.Секреты эффективного делового общения [текст]/А. Бишоф, К. Бишоф.-2-е изд., испр.-М.:Омега-Л,2007.-126 с. 5. КривокораЕ.И.. Деловые коммуникации. Учебное пособие для студентов вузов. М.: Инфра-М, 2010. - 192 с.. 6. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации: мастерство делового общения: практическое руководство. - М.: Книжный мир, 2008.-384с. |  |  | 4  5  5  5  5  5 |  | 4  7  8  7  7  7 |  | 10  11  10  7  7  7 |  |