

Жетпісбай Бекболатұлы

# ЖАРНАМА ӨНЕРІ

*Оқу құралы*

ӘОЖ 339.138

КБЖ 65.29

Б 39

*Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті  
журналистика факультеті Ғылыми кеңесі және  
Редакциялық-баспа кеңесі шешімімен ұсынылған*

**Пікір жазғандар:**

филология ғылымдарының докторы, профессор **К. Қамзин**  
саяси ғылымдарының кандидаты **Ж. Кенжалин**  
филология ғылымдарының кандидаты **М. Салқынбай**

**Бекболатұлы Ж.**

Б 39 Жарнама өнері: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті,  
2013. – 114 б.

**ISBN 978–601–04–0068–9**

Бұл оқу құралында жарнаманың теориясы мен практикасы егжей-тегжейлі түрде қарастырылады. Жарнама қызметін ұйымдастыру, қаржыландыру көздері мен оның бюджеті ұлттық экономика мысалдары арқылы түсіндіріледі.

Кітап экономика, жұртшылықпен байланыс, журналистика мамандықтары бойынша білім алып жүрген студенттерге, маркетинг және жарнама саласының қызметкерлеріне, ізденушілерге арналған.

**ӘОЖ 339.138**

**КБЖ 65.29**

ISBN 978–601–04–0068–9

© Бекболатұлы Ж., 2013

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2013

## Мазмұны

<b>1-тарау.</b> Жарнама туралы түсінік .....	3
1.1. Жарнаманың пайда болуы.....	3
1.2. Ерте дәуірдегі Қазақстанда жарнаманың өмірге келуі. «Жарнама» ұғымының шығу тегі. Кеңестер Одағындағы жарнама. Қазіргі Қазақстандағы жарнама. Халықаралық жарнама .....	8
1.3. Жарнама саласындағы зерттеулер.....	14
<b>2-тарау.</b> Жарнаманың қоғамдағы рөлі мен функциялары. Жарнама аудиториясы .....	19
2.1. Жарнаманың қоғамдағы рөлі, мақсаты мен міндеттері .....	19
2.2. Жарнаманың функциялары .....	22
2.3. Жарнаманы тұтынушылар .....	26
<b>3-тарау.</b> Жарнама түрлері, жарнаманы таратушылар, медиажоспарлау .....	29
3.1. Жарнама түрлері.....	29
3.2. Жарнаманы тарату құралдары. Бұқаралық ақпарат құралдары. Жарнаманы жеткізушілердің өзге түрлері.....	38
3.3. Медиажоспарлау .....	50
<b>4-тарау.</b> Жарнама-маркетингтік коммуникацияның құрамдас бөлігі .....	54
4.1. Маркетинг әдістері. Маркетингтік тұжырымдама. ....	54
Коммуникациялық саясат. Жарнама коммуникациясы.	
4.2. Жарнама науканы түсінігі. Жарнамалық хабарлама.....	66
4.3. Жарнама және жұртшылықпен (қоғаммен) байланыс.	
Жарнама және насихат .....	80
<b>V-тарау.</b> Жарнама тиімділігі .....	90
5.1. Жарнама тиімділігін кешенді бағалау. Жарнаманың экономикалық тиімділігі. Жарнаманың коммуникативтік тиімділігінің көрсеткіштері.....	90
5.2. Жарнама тиімділігін болжау. Жарнама тиімділігін айқындау. Мақсатты аудиторияларды талдау.....	97
5.3. Жарнама бюджеті. Жарнама бюджетін есептеу тәсілдері.....	105
Пайдаланылған әдебиеттер.....	110

Оқу басылымы

Жетпісбай Бекболатұлы

**ЖАРНАМА ӨНЕРІ**

Оқу құралы

Редактор *Ш. Биекеева*  
Компьютерде беттеген *Г. Шаққозова*  
Мұқабасын безендірген *Р. Ысқақов*

**ИБ №6257**

Басуға 06.06.2013 ж. қол қойылды. Пішімі 60x84/16. Көлемі 8,6 б.т.

Офсеттік қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс №183.

Таралымы 100 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

“Қазақ университеті” баспасы.

050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

“Қазақ университеті” баспаханасында басылды.