**Бизнес коммуникацияны инвестициялау пәні**

 **2 дәріс бизнес коммуникацияның құрылымы**

Ақпарат құралдарының тұтынушылары жеке кәсіпкерлер мен белгілі бір өндірістік құрылымдармен айналысатындар және ақпараттық ағынды қарап, күнделікті өмір тынысын бақылап отыратын көрермен және оқырман қуым. Олар күнделікті ақпараттың тұтынушылары ретінде инвестициялаудың жаңа формалары мен заңдылық әрекеттерінен хабардар болып отырады. Бизнесмендердің демек, халықпен байлынысын арттыруда инвестицияның да маңызы зор. Әрі көпшілік сол іскерлік өнімнің алып, сатарларына айналады, сондай-ақ оған өз үлестерін қосу арқылы өздерінің де әлеуметтік тұрмысына өзгеріс енгізіп, әлеуетін көтеруге белсене кіріседі. Инвестициялық қордың қайтарымы және өнімнің сапасы мен артықшылығына сараптама жасай отырып, өз шешімдерінің түйінін табады. Көпшіліктік оқырман немесе көрермендер акционерлік қатынас нәтижесінде материалдық, не қаржылай табыс табудың жаңа жолдарын қарастыра бастайды.

Бұл экономикалық қатынастың төменгі деңгейінен қатынасқа түскен қызығушылығы бар адамдардың келешек бизнес жоспарын жасауға ықыласы арта түсуіне моралдық және материалдық, тұрмыстық жаңаруға ықпалын тигізеді. Қызығушылық пен тұтынушылықтан бастау алған қатынас, кәсіпкерлік іспен шұғылдана бастаудың алғышартына жетелейді. Демек, коммерциялық шешім қабылдау деген адамдардың ой санасына идеялық жоспар құрудың инвестициялық жобасын тудырады. Бұл мақсатта бизнес қатынастың адамдары өздерінің ақпараттық, экономикалық, кәсіпкерлік сауаттылық, іскерлік тәжірибесі мен құрылымдық көрсеткіштерін таныстырып, ілгерілету үшін ақпарат құралдарымен әріптестік келісімге келеді. Сондай-ақ барлық басылымдар мен телеарналардың күнделікті көрермені және оқырманына айнала бастайды. Бұл коммуникациялық ақпарат құралдарының жаңа сипаттағы экономикалық идеологиялық бағыт ұстана бастағанын көрсетеді.

**Осы бағытта дәріс оқылады.**