

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

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

**«БВ03202 – Халықаралық журналистика» мамандығы бойынша білім беру
бағдарламасы**

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

Алматы 2021 ж.

ОМО3301; «Қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті мен 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_____ 2021___ ж., №_1___ хаттама

Кафедра меңгерушісі _____ Н.Т.Шыңғысова

Кіріспе

«Қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті мен маркетингі» – базалық кәсіби пән. Пәннің мақсаты – студенттерге ішкі пиардың теориясы мен практикасын қолдана отырып, нарықтық қатынастар заңына сәйкес ережелерді таныстыру.

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:

- қазіргі қоғамдағы басқару проблемасын түсіндіру;
- Қазақстандағы және әлемдегі қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті және маркетингін оқып-үйрену;
- қазіргі заманғы коммуникациядағы менеджмент пен маркетингтің әдістерін үйрену;
- қазіргі заманғы коммуникацияның менеджменті және маркетингінің маңызды теориялық-методологиялық құрамдас бөліктерін көрсету;
- студенттердің бойына қазіргі заманғы коммуникациядағы менеджмент пен маркетингтің тәжірибелік мәселелерін түсіндіру.

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. ХХІ ғасырдағы менеджмент пен маркетинг. Менеджменттегі коммуникацияның негізгі түрлері.
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. Шешім қабылдау. Ішкі корпоративтік коммуникациялар.
8. PR-бөлімнің қызметін жоспарлау. Стратегиялық жоспарлау.
9. Стратегиялық жоспарлаудың кезеңдері.
10. Инновациялық менеджмент.
Корпоративтік PR және тимбилдинг. Іскерлік қарым-қатынасты ұйымдастыру және адамдарға психологиялық әсер ету тәсілдері.
11. Ішкі және сыртқы топтармен жұмыс.
12. Маркетингтік коммуникация жүйесі. Ғаламтор технологиялар базасындағы маркетинг.
13. Маркетинг түрлері және олардың Қазақстанда даму тенденциялары.
14. Табысты орта мен әлеуметтік жүйедегі маркетинг. Маркетингтік ақпараттық жүйе.
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. Паблсити и паблик рилейшнз. / Пер. с англ. Филин, М, 19964. 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.