**ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Журналистика факультеті**

**«ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс» мамандығы бойынша білім беру бағдарламасы**

**Силлабус**

**«Коммуникациялық маркетинг» пәні**

**2курс, қ/б, күндізгі, көктемгі семестр , 3 кредит, бакалавриат**

**1. Оқытушы жайлы мәлімет** –

Оқитын пәндері: «Шетелдік БАҚ-ғы сараптамалық мақала», «Халықаралық терроризм мен экстремизмнің құқықтық аспектілері», «Коммуникациялық маркетинг», «Шоу – бизнестегі ПР», «Жарнама өнері», «Шетел жаңалықтарына шолу жасаудың шеберлік мектебі».

Ғылыми ізденіс саласы: халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс т.б

2. Байланыс ақпараттары; әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті Журналистика факультеті, Юнеско, халықаралық журналистика және қоғаммен байланыс кафедрасы (224ауд) 377-33-40, доп. 1344 nazym\_muhamedyeva@mail.r

**3.Курстың пререквизиттері** – “Қоғаммен байланысқа кіріспе”, “Бұқаралық коммуникацияның тілі мен стилі”.

##  **Курстың постреквизиттері** “Қоғаммен байланыстың технологиясы”.

**Пәннің атауы мен коды** – ЭПД4 **580400 «Коммуникациялық маркетинг»**

**4. Мақсаты** – маркетингтік коммуникациялар теориясы мен практикасы саласындағы білім жиынтығын қалыптастыру; нарықта тауарларды (идеяларды) ілгері жылжыту бағдарламаларын өз бетінше жасау машықтары мен дағдыларын игеру; тұтынушылармен қарым-қатынстарда қолданылатын коммуникация құралдарының түрлері мен тиімділігі туралы түсінік пен білім алу.

**Курстың міндеті:** маркетингтік коммуникациялар мәні; маркетингтік коммуникациялық процесс тиімділігінің факторлары; маркетингтік коммуникациялар бағдарламаларын жоспарлау процесі; негізгі коммуникациялық құралдар және олардың сипаттамалары; жарнаманың экономикадағы рөлі; жарнама науқанын ұйымдастыру; жұртшылықпен байланыс қызметінің мәні; жұртшылықпен байланыс қызметін жолға қою мәселелері бойынша білімді ұштау.

**5. Курстың құрылымы**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **апталар** | **Тақырып атаулары** | **Лекциялар****(сағ)** | **Лаб. саб.****(сағ)** | **Балдар** | **СӨЖ тақырыптары** |
| 1 | 1-лекция. Ақпарат және ақпараттық қоғам түсінігі. 1-лаб.жұмыс. Ақпарат түрлері, ақпараттық ресурстар, ақпараттық экономика ұғымы. Ақпарат теориясы. Ақпараттың қоғамдағы орнын бағалау. | **1** | **2** |  **1** | Саясат пен коммуникацияның байланысын, жалпылық және ерекшелік сипаттарын атаңыз. Саясаттың коммуникациямен байланысын түсіндіріңіз. |
| 2 | 2-лекция. Әлеуметтік ақпарат. 2-лаб.жұмыс. Әлеуметтік ақпаратты басқару, ресми және бейресми ақпараттар ағыны. Ақпарат түрлерін сараптау. | **1** | **2** | 1 | Саяси коммуникация жөнінде зерттеу жүргізген Батыс ғалымдарының зерттеулерін айтып беріңіз. |
| 3 | 3-лекция.Маркетинг ұғымы. Маркетинг түрлері. 3-лаб.жұмыс. Маркетинг міндеттері мен мақсаттары. Маркетинг кезеңдері (БАҚ экономикасы мысалында) | **1** | **2** | 1 | Саяси коммуникацияның формаларын атаңыз. Қазақстандағы саяси ұйымдар, бірлестіктер, институттарды сипаттаңыз |
| 4 | 4-лекция. Маркетинг ортасы.4-лаб.жұмыс. Мақсатты нарықтармен байланыс орнату тәсілдері мен құралдары. | **1** | **2** | 1 |  Көпшілік ақпараттық процесс пен коммуникация формалары - әлеуметтік топтардың жиылысына Қазақстандағы саяси жағдай бойынша мысал келтіру |
| 5 | 5-лекция. Маркетинг тұжырымдамасы. 5-лаб.жұмыс. Тиімді коммункициялар орнату принциптері. Коммункиациялық бағдарлама қалыптастыру, мониторинг жасау мен бағалау.. | **1** | **2** | 1 | Саяси хиппингтің біздің еліміздегі көріністеріне шолу. Кейстер әзірлеу. |
| 6 | 6-лекция. Маркетингтік зерттеулер. 6-лаб.жұмыс. Сапалық және бағалық көрсеткіштер. Тиімділікті болжау әдістемесі. Жоспар қалыптастыру кезеңдері.  | **1** | **2** | 1 | «Қазақстандық БАҚ пен массалық аудиториямен байланысы» тақырыбына эссе әзірлеу. |
| 7 | **Проблемалық дәріс** **7-лекция. Саяси коммуникация-теориялық зерттеудің объектісі.**7-лаб.жұмыс. Коммуникация процесі және оның негізгі элементтері. Маркетингтік коммуникациялар тұжырымдамаларының эволюциясы. | **1** | **2** | 1 |  Қазақстандық БАҚ және саяси коммуникация тақырыбна кейстер әзірлеу. |
|  | №1 бақылау жұмысы. **Медиа-нарық және маркетингтік коммуникациялар** |  |  | 8 |  |
| 8 | 8-лекция. Коммуникация мақсаттары. 8-лаб.жұмыс. Аудиториямен, сондай-ақ мақсатты нарықтармен тұрақты байланыстарды ретке келтіру және қолдап отыру.  | **1** | **2** | 1 | «Саяси коммуникация проблемалары: ұлттық және жаһандық аспектілері» тақырыбына жоба әзірлеу. |
| 9 | 9-лекция. Жарнама коммуникациясы. 9-лаб.жұмыс. Жарнаманың негізгі модельдері. Жарнаманы мемлекеттік реттеу. Жарнама коммуникацияларының стратегиясы мен тактикасы.  | **1** | **2** | 1 | Батыс және Шығыс елдеріндегі қоғамдық ғылымдардағы массалық коммуникация теориясының дамуына шолу, сарапатулар әзірлеу. |
| 10 | 10-лекция. Бұқаралық ақпарат құралдары. 10-лаб.жұмыс БАҚ түрлерінің ерекшеліктері және оларды маркетингтік коммуникациялар бағдарламаларында пайдалану. Жарнама хабарландыруларын БАҚ түрлеріне орай қабылдау. Қазақстан медианарығы.  | **1** | **2** | 1 | Саяси коммуникацияның теориялық моделдері тақырыбына кейстер әзірлеу. |
| 11 | 11-лекция. Жұртшылықпен байланыс және маркетингтік коммуникациялар жүйесі.11-лаб.жұмыс. Коммуникативтік оқиғалар: баспасөз мәслихаттары, тұсаукесерлер, баспасөз турлары. PR мәтіндері. РR-науқандар бағдарламасы. | **1** | **2** | 1 | Саяси коммуникацияның моделдерін сипаттыз. |
| 12 | 12-лекция. Интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар. 12.-лаб.жұмыс. Қазіргі заманғы интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар (ИМК) тұжырымдамасы. Тиімді коммуникациялар жасау принциптері.  | **1** | **2** | 1 | Хабарламардық саяси мазмұны және саяси символ тақырыбына кейстер әзірлеу. |
| 13 | 13-лекция. Маркетингтік жолдау. 13-лаб.жұмыс. Шығармашылық идеялар тудыру: маркетингтегі копирайтинг пен креатив. Жарнама өнімдерін жасау үшін креативтік тапсырмалар құрастыру..  | **1** | **2** | 1 | Психологиялық ойындар мен рөлдер дайындау. |
| 14 | 14-лекция. Маркетингтік коммуникацияларды ұйымдастыру. 14-лаб.жұмыс. Медиалық маркетингтік коммуникацияларды жоспарлау жөніндегі қызмет: жоспарды қалыптастыру кезеңдері.  | **1** | **2** | 1 | «Саяси коммуникация және мифология, символика» тақырыбна эссе дайындау. |
| 15 | 15-лекция. Медиарилейшнз. 15-лаб.жұмыс. Медиа-жоспар құрастыру принциптері мен әдістері. Медиа-жсопарлар форматы. БАҚ-пен қарым-қатынас орнату тәсілдері.  | **1** | **2** | 1 | «Саяси коммуникация және вербальды және визуальды коммуникация» тақырыбына эссе дайындау. |
|  | № 2 бақылау жұмысы.  **Маркетингтік коммуникация құралдары** |  |  | 7 |  |
|  | Емтихан  | 15 сағ | 30сағ | 30бал |  |

### Пәннің әдістемелік нұсқауы

 (реферат жазу)

Рефераттың құрылымы: титулдық бет, жоспары, негізгі бөлім, қорытынды. Қорытынды бөлімде – студент тақырып бойынша өз пікірін айтады (өзіңіздің проблемалық өзекті мәселеге қатысты пікіріңіз және оны шешудің жолдарын көрсетіңіз), пайдаланылған әдебиеттердің тізімін және интернет- сайттарын көрсетіңіз. Рефератта ұсынылған ақпарат мазмұнды, тақырып толық ашылу керек, өйтпеген жағдайда реферат студентке қайта қарауға беріледі. Реферат тақырыбын қорғау СОӨЖ кезінде болады. Студент өз курстастарының арасынан алдын ала аппонент таңдап алады. Оппонент болған студент өз курстасының зерттеу жұмысындағы проблемалар жайында сұрақ даярлайды.

 Рефератты қорғау кезінде әрбір студентке 3 минут уақыт беріледі. Реферат толық оқылмайды, пайдаланған материалдарды сөзбе –сөз жеткізу керек емес. Өз аппонентіңіздің және курстастарыңыздың қоятын сұрақтарына даяр болу керек.

 Бағалау: зерттелген тақырыпта әдебиеттерден алынған ақпарат, мазмұнды, әдеби сарапталған, ғылыми стилді,сарапталған араторлық қабілеті болу керек.болу керек.

***ОСӨЖ –ге даярлық үшін әдістемелік нұсқау***

СОӨЖ келесі қалыпта өтеді

 ***Бәсеке* – бәсекеден шындық туады.**

***Презентация –* үй жұмысын көрсету және қорғау**

***Пікірталас* –**талқылау, зерттеу, пікіріңіз бен көзқарасыңыздағы ақпараттың дәлдігі. Пікірталасты өз бетіңізше өткізуіңізге де болады.

 Мысалы:

 ***SWOT анализ* –**бұл ғылыми проблеманың немесе концепцияның күшті және әлсіз жақтарын саралау.

 ***Сол ғылыми проблема төңірегінде дөңгелек стол өткізу*** – бұнда сол проблема төңірегінде бір, екі ғана емес, бірнеше көзқарас айтылады, соңында барлық талқылаулардан сол проблема жайлы ортақ көзқарас туындайды.

 ***Жобаны қорғау*** - бұл қазіргі замандағы белсенді инновациялық оқыту әдісі. Қаржы институтының, мерзімді баспасөздің бақылауы, ПР және жарнама мақалаларын салыстырмалы етіп құрылымды құру.

**СӨЖ тапсырмасын орындау үшін әдістемелік нұсқау**

СӨЖ кезінде үйге берілген тапсырмалар орындалады, реферат, сөзжұмбақ, жаттығулар т.б. СӨЖ дің дұрыс орындалуы көбіне әдістемелік қамтамасыз етілуі мен интернет сайттарын дұрыс пайдалануға т.б байланысты.

***Рефераттың орындалуына қойылатын талаптар.***

Рефераттың құрылымы: титулдық бет, жоспары, негізгі бөлім, қорытынды. Қорытынды бөлімде – студент тақырып бойынша өз пікірін айтады (өзіңіздің проблемалық өзекті мәселеге қатысты пікіріңіз және оны шешудің жолдарын көрсетіңіз), пайдаланылған әдебиеттердің тізімін және интернет- сайттарын көрсетіңіз. Рефератта ұсынылған ақпарат мазмұнды, тақырып толық ашылу керек, өйтпеген жағдайда реферат студентке қайта қарауға беріледі. Реферат тақырыбын қорғау СОӨЖ кезінде болады. Студент өз курстастарының арасынан алдын ала аппонент таңдап алады. Оппонент болған студент өз курстасының зерттеу жұмысындағы проблемалар жайында сұрақ даярлайды.

 Рефератты қорғау кезінде әрбір студентке 3 минут уақыт беріледі. Реферат толық оқылмайды, пайдаланған материалдарды сөзбе –сөз жеткізу керек емес. Өз аппонентіңіздің және курстастарыңыздың қоятын сұрақтарына даяр болу керек.

 Бағалау критериі: зерттелген тақырыпта әдебиеттерден алынған ақпарат, мазмұнды, әдеби сарапталған, ғылыми стилді, араторлық қабілеті болу керек.болу керек.

### 6. Студенттердің өзіндік жұмысына ұсынылатын әдебиеттер тізімі

**Әдебиеттер тізімі**

**Негізгі**

1. Ворошилов, В.В.. Маркетинговые коммуникации в журналистике.- СПб., 2000

2. Методологические проблемы изучения средств массовой коммуникации.- М., 19853. Алексунин, В.А.. Электронная коммерция и маркетинг в интернете.- М., 2005

4. Вайсман, А.. Стратегия маркетинга:10 шагов к успеху.Стратегия менеджмента:5 факторов успеха.- М., 1996

5. Ванова, А.. Маркетинг и реклама: два в одном.- М., 2002

6. Все о маркетинге.- М., 1992

7. Герасименко, В.В.. Основы маркетинга.- М., 1999

8. Амблер, Т.. Практический маркетинг.- СПб., 2001

9. Пузиков, М.Ф.. Социология средств массовой информации и коммуникации.- Алматы, 2006

10.Науменко, Т.В.. Социология массовой коммуникации.- СПб., 2005

12. Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров.- М., 2006

13. Сұлтанбаева, Г.С., Бұқаралық ақпарат құралдарындағы саяси коммуникация: шетелдік тәжірибе және Қазақстан.-Алматы, 2010

14. Голядкин Н.А. Творческая телереклама. - М., 2005.

15.Ученова В. В. История отечественной рекламы. - М., 2004.

16. Ученова В. В., Гринберг Т. Э. и др. Реклама: палитра жанров. - М., 2002.

17. Гуревич П. С. Психология рекламы. - М., 2005.

18.Ковриженко М. Креатив в рекламе. - СПб., 2004.

**Қосымша**

1. Кутлалиев А. Эффективность рекламы. - М., 2005.
2. Мудров А. Н. Основы рекламы. - М., 2005.
3. Музыкат В.Л. Рекламное дело. Ч. 1, 2. - М., 1998.
4. Николаева Т.А. Креативная реклама. - М., 2001.
5. Панкратов Ф. Основы рекламы. - М., 2008.
6. Ромат В. Е. Реклама. - М., 2004.
7. Цвик В. Л. Реклама как вид журналистики. - М., 2001.
8. Новости рекламы. - М., 2001-2010.

## **Интернет саиттар:**

* 1. <http://www.eim.org/>
	2. <http://www.vof.kg/>
	3. [www.journalistexpress.com](http://www.journalistexpress.com/)
	4. [http://www.medianet.kz](http://www.medianet.kz/)
	5. [www.journalistexpress.com](http://www.journalistexpress.com/)
	6. [www.journalism.narod.ru/pressa](http://www.journalism.narod.ru/pressa)
	7. [http://www.pulitzer.org](http://www.pulitzer.org/)
	8. <http://home.about.com/newsissues>
	9. <http://www.ifj.org/>
	10. [http://www.adilsoz.kz](http://www.adilsoz.kz/)
	11. [http://www.eurasianmediaforum.kz](http://www.eurasianmediaforum.kz/);
	12. [http://www.mediaclub.kz](http://www.mediaclub.kz/)
	13. <http://www.thomsonfoundation.co.uk/>
	14. <http://www.writerswrite.com/journalism/jschool.htm>
1. ***Студенттер білімін бағалау түрлері:***

Лабораториялық сабақтары: 15 сабақ

Өздік жұмыс(СӨЖ): (ОСӨЖ)семестр бойынша 8 сабақ

АБ 1,2

Қорытынды емтихан: емтихан сессиясы уақытында

**Білімді бағалау критериилері, балл бойынша % пайызбен**

|  |  |
| --- | --- |
| **Бақылау жұмысы** |  **15** |
| **Өздік жұмыс(СӨЖ),(ОСӨЖ):** |  **30** |
| **АБ** |  **15** |
| **Қорытынды емтихан** |  **40** |

**Білімді бағалау шкаласы:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Әріп жүйесі бойынша бағалау | Әріптіэквивалентті баллдар | %-пайыздыққорытындысы | Дәстүрлі жүйе бойынша бағалау |
| А | 4,0 | 95-100 | Өте жақсы |
| А- | 3,67 | 90-94 |
| В+ | 3,33 | 85-89 | Жақсы |
| В | 3,0 | 80-84 |
| В- | 2,67 | 75-79 |
| С+ | 2,33 | 70-74 | Қанағаттанарлық |
| С | 2,0 | 65-69 |
| С- | 1,67 | 60-64 |
| D+ | 1,33 | 55-59 |
| D | 1,0 | 50-54 |
| F | 0 | 0-49 | Қанағаттанарлықсыз |
| I (Incomplete) | - | - | «Пәнді аяқтамаған»(GPA санын есептемегенде ) |
| P (Pass ) | - | 0-6065-100 | «Сынақтан өтті»(GPA санын есептемегенде |
| NP (No Рass) | - | 0-290-64 | «Сынақтан өтпеді»(GPA санын есептемегенде) |
| W (Withdrawal) | - | - | «Пәннен бас тарту»(GPA санын есептемегенде) |
| AW (Academic Withdrawal) |  |  | Пәннен академиялық себептермен босатылу(GPA санын есептемегенде) |
| AU (Audit) | - | - | «Пән тыңдалды»(GPA санын есептемегенде) |

 **Семестр бойынша студент жұмысын төмендегідей бағалауға болады:**

* Сабаққа қатысу
* Тәжірибелік сабақтарға белсенді және үзбей қатысу
* Негізгі және қосымша әдебиеттер бойынша оқуъ
* Үй тапсырмаларын толық орындау
* СӨЖ-ді орындау
* Барлық тапсырмаларды өз уақытында тапсыру (өз уақытында тапсырылмаған үш СӨЗ-ге AW бағасы қойылады)

 **Этика және мінез-құлықтың академиялық саясаты**

Өте мұқият болыңыздар, өзгенің пікірін сыйлай біліңіздер. Қарсы пікірлеріңізді сыпайы түрде білдіріңіздер. Плагиат пен басқа да жалған жұмыс түрлеріне жол берілмейді. СӨЖ тапсырмаларын өткізерде, аралық бақылау мен қорытынды емтиханы кезінде өзге студенттің жасаған жұмысын көшіріп жазуға, сыбырлап айтуға және басқа студенттің орнына емтихан тапсыруға болмайды. Курс бойынша көшеге жалған ақпарат таратып жүрген студент «F» деген бағаға ие болады.

Курс саясаты:

1. Сабаққа міндетті түрде қатысу;
2. Практикалық (семинар) сабақтарына белсенді қатысу
3. Сабаққа үнемі дайындалып жүру, үй тапсырмалары мен СӨЖ-ді орындау
4. Сабақтан кешуге және кетуге болмайды
5. Сабақ кезінде ұялы телефонмен сөйлесуге болмайды
6. Алдау, плагиаттыққа жол берілмейді
7. Тапсырма және тағы басқаларды уақытынан кеш тапсыруға болмайды.

 **Көмек:** СӨЖ тапсырмаларын орындау, оларды тапсыру және қорғау кезінде, сондай-ақ, жиналған материалдар бойынша қосымша ақпарат алу үшін және оқытылып жатқан курстың СОӨЖ тапсырмалары бойынша туындаған сұрақтарға жауап алу үшін оқытушыға жолығыңыздар.

Кафедра мәжілісінің отырысында қаралған. №1 хаттама «5» шілде 2011ж

**Кафедра меңгеруші,**

**Ф.ғ.к Доцент Ниязгулова А.А**

**Дәріскер Мухамедиева Н.Б**