**СӨЖ тапсырмасы және әдістемелік нұсқау**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Тапсырманың тақырыбы** | **Тапсырманың мазмұны** | **Бақылау саясаты** |
| **1** | Кеңестік кезеңдегі жарнама | Жарнамаға қойылатын талаптар, жарнаманың ерекшелігі. | Сұрақ- жауап |
| **2** | Қазақстандағы жарнаманың дамуы | Әлемдік жарнамамен салыстыра отырып отандық жарнаманың айшықты қырларын анықтау | Пікірталас |
| **3** | БАҚ және қоғаммен байланыс  | Бугінгі таңдағы қоғаммен ьайланыс тақырыбының өзектілігі.  | Дөңгелек стол |
| 4 | Кері байланыссыз жарнама технологиясы | Бүгінде әлемде алдыңғы қатарлы дамыған елдердегі жарнама жасау | Конспекті жасау |
| **5** | Жарнама мәтінінің тақырыбы және ұрандар | Жарнаманыңатқаратын рөлі.  | Бәсеке |
| **6** | Жарнаманы безендіру технологиясы | Жарнамаға қойылатын талаптар | Сұрақ -жауап |
| **7** | Маркетингтік коммуникациядағы жарнаманың функциясы . | Жарнама жасаудағы ережелерді сақтау | реферат |
| **8** | Жарнама компаниясының мақсат-мүддесі  | Жарнама компаниясының ерекшелігі | Өздік жұмыс |
| **9** | Жарнама агенттігі және оның рөлі  | Жарнама агенттігінің қоғамдағы алатын орны, | Сауал –жауап ретінде |
| **10** | Жарнама - БАҚ экономикасының қозғаушы күші  |  Еуропалық БАҚ дәстүрімен жаңашылдық, өзара қарым –қатынас жүйесі | Сауал - жауап |
| **11** | Нарықтағы жарнама уақытын сату  | Телеарналардағы жарнама уақытын  | Ауызща  |
| **12**  | Жарнаманың қоғамға әсері | Жарнаманы зерттеу және оны ұйымдастыру  | Сұрақ-жауап |
| **13** | Нарық және жарнама агенттіктері  | Жарнаманың сапасын анықтау  | жазбаша |
| **14** | Жарнама мәтінінің лингвистикасы | Жарнама туралы жалпы ұғым | Дөңгелек стол |
| **15** | Саяси жарнама имиджі  | Интернет сайттарынан және баспасөз беттерінде жарияланған жарнама тақырыбына сараптама жасау | Реферат  |

**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.

***ОСӨЖ-ге берілетін тапсырма және әдістемелік нұсқау***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Сабақтың тақырыбы | Тақырып мазмұны | Бақылау түрі | Балдар  |
| 1 | Жарнамадағы амал-айла. | Амал-айланың бірнеше түрлері бар. Мысалы бөлшектеу мен оқшаулау. | жазбаша | 4 |
| 2 | Журналистикадағы жарнама жасаудың майталмандары | Республикамыздағы,қаламыздағы жарнама агенттіктерін анықтау. | жазбаша | 3 |
| 3 | Жарнамалық ұран пайдалану .(слоган) | Тауардың барлық қасиеттерін бір сөйлемге шоғырлау | ауызша | 4 |
| 4 | *«Американдық» әдіснамалық дәстүр.* | XXғасырдың 50жылдар аяғында маркетинг идеясының негізінде «қолыңнан келетінді емес, адамға керек нәрсені өндіруді жарнамалау АҚШ-та тұрақты дамыды» | ауызша | 4 |
| 5 | *Жарнама ықпалының когнитивті аспектілері.* | Когнитивті компонент жарнамалық ақпаратты адам қалай қабылдайды сонымен байланысты. Когнитивті комплексті анықтау ақпараттар процесін өңдеуді болжамдайды оған түйсік, қабылдау, ес, елестету, қиял, ойлау сөйлеу жатады. | жазбаша | 4 |
| 6 | *Жарнама ықпалының эмоционалды аспектілері.* |  Жарнама ықпалының аффективті компоненті объектінің жарнамалық ақпаратқа эмоционалдық қатынасын анықтайды. Оған симпатия, антипатия, немқұрайлық қарсылық кіреді.  | жазбаша | 3 |
| 7 | *Жарнама ықпалының құлықтық компоненті.* | Құлықтық компоненттің саналы және бейсаналы түрлері бар. Саналы түріне- сатып алушының құлқында көрінетін адамның мотивация, қажеттілік және еркі жатады. Санасыз түріне- адамның интуиция және бағдары кіреді. | Ауызша, жазбаша канспекті | 4 |
| 8 | *Саяси жарнама имиджін анықтаудың түрлері*  | Интернет сайттарынан және баспасөз беттерінде жарияланған жарнама тақырыбына сараптама жасау | жабаша | 4 |

***ОСӨЖ-ді орындауға әдістемелік нұсқау***

ОСӨЖ де керек және кездесетін келесі түрлері:

Дискуссия. Оқудағы белсенді әдіс, латын тілінен аударғанда «дискуссио» зерттеу және талдау.Бұл ұжыммен талқылау зерттеу, ақпаратпен алмасу, оймен, өзіндік пікірмен алмасу. Дискуссия өзіндік әдістемелік шара түрінде немес басқа әдістердіңэлементтерінен өтуі мүмкін. Мысалы, ой шабуылы, іскерлік ойын, прес конференция ретінде.

***SWOT анализ* –**бұл әлсіз және күштілер жағының ғылыми мәселелерд және тұжырымдарды талдауы. Қазіргі ғылыми мәселе жөнінде дөңгелек стол мұнда дискуссиядағы сияқты екі адамның ой тартысы емес, мұнда көп позицияның жалпы мәселені талқылауы.

 ***Жоба әдісі*** - бұл қазіргі замандағы белсенді инновациялық оқыту әдісі. ол Қазақстанда жалпы оқыту тәжірибесіне кеңінен енгізілген. Жобалар жекеше, қаржы институтының, мерзімді баспасөздің бақылауы, топтық немесе ықшам бола алады. ПР және жарнама мақалаларын салыстырмалы етіп құрылымды құру.