**Пән:** Заманауи медиатехнологиялар, 2 курс, магистратура.

7 дәріс.Стратегиялық медиатехнологиялар. Іскерлік бедел және корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік.

Пәрменді, тиімді ұйымдастырушылық коммуникациялар қатарын стратегиялық медиатехнологиясысыз көз алдыға елестету мүмкін емес. Орыс ғалымы И.П. Яковлев өзінің «Стратегические коммуникации» еңбегінде (СПб: Аспект-Пресс, 2006) стратегиялық коммуникациялар жүйесіне ұйымдардағы, қалалардағы, өңірлердегі (региондардағы), елдегі, ірі кәсіпорындардағы коммуникацияларды жатқызады. Ол, біріншіден, стратегиялық болжам (прогнозирование) мен басқарудың ролінің артуына байланысты. Екіншіден, ол оның миссиясы мен стратегиясын жүзеге асыру жолында ақпараттық қолдау және серіктестікті ұйымдастыруға тәуелді. Корпоративті және қоғамдық бұқаралық коммуникация құралдары арқылы имидж, бедел (репутация), ұйымның, қаланың, өңірдің, елдің брендін қалыптастыру. И.П. Яковлев жүйелік және кибернетикалық тәсілдерді пайдалана отырып, жүйе ***басындағы (кірісіндегі***) мындай инеграторларға назар аударады: стратегия, миссия, идеология, тарих, ұран (девиз), аты-жөні, символикасы. Оның пікірінше, ***жүйе аяғындағы (шығысындағы)*** интеграторлар: бренд, бедел (репутация), имидж, бірдейлігі-біртектілігі (идентичность).