**1 дәріс. Кіріспе. ХХI ғасырдағы маркетинг и менеджмент**

ХХІ ғасыр жаңа ақпараттық технологиялардың қарыштап дамып, жаһандық медианарыққа өзіндік талаптары мен ұсыныстарын қойып отыр. Әсіресе, бұл өзгерістер ең алдымен электрондық БАҚ саласын шарпығаны рас. Әлемдегі телевизия мен радио және желілік журналистика нарығындағы бәсекелестік енді жаңа форматта өрби бастады. Және де осынау өзгерістермен қатар таяуда ғана әлемдегі алпауыт елдердің ірі-ірі медиамагнаттарын теңселте бастаған дағдарыс жағдайы да менеджелерге өзіндік талаптарын қоюда. Жаңа ұстанымдар бүгінгі БАҚ менеджментне, басқару стиліне де ықпал етуде.

Міне, бүгінгі медианарық жағдайы бұқаралық ақпарат құралдары мен олардың басшыларына осылайша жаңа талаптар қойды. Электронды ақпарат құралдары қай кезде де экономика саласымен тығыз байланыста. Бұл ретте кез келген кәсіпорнынның өнімді жұмыс істеуі оның басшылығына тікелей байланысты. Менеджмент – нарық жағдайында өндірісті тиімді басқарудың әдіс-тәсілдерінің жиынтығы болса, БАҚ өкілдері де шығармашылық өндірістің маңызды элементі болып табылатындығы дау тудырмаса керек.

Қазіргі заманғы экономика және БАҚ, медиаэкономика концепциясы, БАҚ нарығының құрылымы, мерзімді БАҚ-тың экономикалық ерекшеліктері, қазіргі заманғы баспасөз нарығының ұлттық ерекшеліктері, телеиндустрия ұйымдастыру модельдері, телеиндустрияның экономикалық ерекшеліктері, қазіргі заманғы медианарықтағы коммерциялық және қоғамдық ТВ, радио және кабельдік индустрия экономикасы, онлайндық БАҚ экономикасының дамуы туралы студенттерді таныстыру.

Журналистикадағы менеджмент пен маркетинг теориясы мен тәжірибелік дағдыларын арттыру; қазіргі заманғы медиажүйе, постиндустриалдық қоғам және «ақпарат» концепциясы, ақпараттық БАҚ нарығы; қазіргі заманғы шетелдік экономика және БАҚ, медиаэкономика концепциясы; мерзімді БАҚ-тың экономикалық ерекшеліктері, ақпараттық бай елдердегі газет индустриясы; қазіргі заманғы баспасөз нарығының ұлттық ерекшеліктері; телеиндустрия ұйымдастыру модельдері, телеиндустрияның экономикалық ерекшеліктері; қазіргі заманғы медианарықтағы коммерциялық және қоғамдық ТВ, радио және кабельдік индустрия экономикасы; онлайндық БАҚ экономикасының дамуы; ақпараттық қоғамдағы БАҚ-ты алға жылжытудағы бәсекеге қабілеттілік әдістерін игеру туралы студенттер түсінігін арттыру.

Жаңа коммуникациялық жүйенің, Интернеттің пайда болуы БАҚ өкілдеріне ақпарат алу, оны өңдеу мен сақтау мүмкіндіктерін кеңейтті. Бір ғана машинада қажетті қажетті деректер қорын жасай отырып, ондаған мың папкаларды сақтау, маңыздысын электронды жүйе арқылы жәберіп отыру журналист жеңілдетті әрі дамудың жаңа сатысына көтерді. Мәселен, Рейтер агенттігі 1969 жылдың өзінде-ақ компьютерді ақпаратты жинаудың, өңдеу, тарату және сақтаудың құралына айналдырған.