



**КЫРГЫЗ-ТҮРК "МАНАС" УНИВЕРСИТЕТИ**  
**Комуникациялык факультети**  
**Коом менен Байланыш жана Реклама Бөлүмү**  
**Курстун программасы**

[www.manas.edu.kg](http://www.manas.edu.kg)

Курстун коду	Курстун аты (Кыргызча)	Курстун аты (Түркчө)	Семестр	Апталык саат	Кредит	ЕКТС
НІR-205	РЕКЛАМАЛЫК ИШКЕ КИРИШҮҮ	REKLAMCILIĞA GİRİŞ	3	3 + 0	3	3

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Талаптуу
Координатор	Доц.М.А.Др. Туркер Элиташ
Курстун мугалими	Доц.М.А.Др. Туркер Элиташ
Курстун тили	Түркчө
Жардамчылар	Yok
Аудитория	106
Курстун максаты	Бул сабакта чыгармачылык теориялары каралып, рекламадагы чыгармачылык креатив түшүнүгө кандайдыр бир жарнама агенттигинин түзүлүшү мисалында изилденет. Ошол эле учурда жарнама жаратуу процессиндеги чыгармачылык стратегиянын ролу, концепт жаратуу ыкмалары, жарнаманы андан ары иш жүзүнө ашыруу сыяктуу темалар талкууланат. Жарнама теориялык негиздер. Терминдер менен таанышуу. Жарнама менен байланышуу процесстер менен танышуу.

**Колдонулуучу адабияттар**

Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1 Айбике Сертташ Жарнамада негизги терминдер	Китеп
2 Фусун Топсумер жана Муге Элден Жарнамачылык	Китеп

**Жетишилчү жыйынтыктар**

1	Теория: сөздүктү жасоо, презентацияны даярдоо
2	Бул сабакты ийгиликтүү аяктаган студенттер жарнамалык негизги терминдерди билишет. Жарнама чойросундо керектоочулор максаттык маркетингтер жана максаттык топтордун мамилелерин айрымдарын билишет. Жарнама пикири онуктуруу жонундо практика жасайлышат. Онуктурулгон жарнама пикирин жарнамага айландырышат. Топтук иштоо менен оздук жана топ ичинде остурулгон пикирлерин балоосун жасайлышат.

**Курстун планы**

Апта	Темасы
1. Апта	Киришүү. Курстун негизги максат-милдеттери. Окуу процесси тууралуу методикалык көрсөтмөлөр.
2. Апта	“Жарнама” жөнүндө түшүнүк. Жарнаманын заманбап мааниси. Маркетинг процесстеринде жарнаманын баалуулугу.
3. Апта	Жарнаманын жаралуу тарыхы. Байыркы мамлекеттерде жарнаманын колдонулушу. АКШ, Европа мамлекеттеринде, Россияда жана Кыргызстанда жарнаманын өнүгүүсү
4. Апта	Жарнаманын укуктук жөнгө салынуусу. “Жарнама жөнүндө” КРнын мыйзамы. Жарнама ишмердүүлүгүн жөнгө салуу нормалары. Практикалык жарнаманын кодекси. Жарнамадагы этиканын жана эстетиканын түшүнүктөр жөнүндө.
5. Апта	Жарнама терминдеринин сөздүгү. Терминдер менен таанышуу. Жарнама буюмдарынын обзору. Товардык марка/белги жана логотип. Фирмалык стиль жөнүндө түшүнүк. Каттоонун эрежелери. Логотиптердин мисалдары. Автордук жана жамааттык укуктар. Автордук укуктуулуктун (товардык белги) колдонулуусун токтотуу
6. Апта	Коомдун жүрүм-турумун жарнама аркылуу башкаруу методдору. Жарнаманын таасир берүү жана кабыл алуу процесстери. Керектөөчүлөрдүн мотивациялык психологиясы.

### Курстун планы

7. Апта	Маркетингтин коммуникациялык системаларынын түшүнүктөрү: коммерциялык пропаганда, сатууну кучөтүү, жеке сатуу, жарнамалык чаралар (акциялар) ж.б.
8. Апта	Жарнаманын максатына карата жарнама түрлөрүн тандоо. “Арома-реклама” жана жаңы технологиялар. Дүң сатуу үчүн жарнама. Өнөржай ишканалардын жарнамасы. Тейлөөнүн (кызматтардын) жарнамасы. Банктардын жана финансылык кызматтардын жарнамасы. Мекемедеги жарнамалык иштерди пландаштыруу.
9. Апта	АРА СЫНАК
10. Апта	Жарнаманын тексттерин жаратуудагы негизги принциптер. Жакшы тесттердин купуя сыры. Мисал келтирүү. Жарнамалык продуктуларынын дизайны, мисалдар жана даярдоо технологиялары.
11. Апта	Жарнаманы таратуу жолдору. Компьютердик жарнама. Бизнесин объектердин сырткы жана ички (интерьерная) жарнамасы.
12. Апта	Жарнама агенттиктери. Роль жана функциялар. Жарнама процесстин катышуучулардын мамилелери.
13. Апта	Жарнама кампаниясын уюштуруунун негиздери. Саясий жарнаманын коммерциялык жарнамалардан айырмалары.
14. Апта	Жарнама кампаниясынын эффективдүүлүгү. Жарнама акциясынын эффективдүүлүгү. Жарнаманын бюджетти. Жарнама кампаниясынын психологиялык эффективдүүлүгү.
15. Апта	Семинар
16. Апта	Жыйынтыктоочу сынак.

### Баалоо

Баалоо каражаты	Саны (даана)	Үлүшү (%)	Жалпы үлүшү
Арасынак	1	40	<b>40</b>
Финал сынагы	1	60	<b>60</b>