



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

www.manas.edu.kg

Курстун коду	Курстун аты (Кыргызча)	Курстун аты (Түркчө)	Семестр	Апталык саат	Кредит	ЕКТС
НІР-303	КООМ М-Н БАЙЛАНЫШТА МОДЕЛДЕР Ж-А КӨЗ КАРАШТАР	HALKLA İLİŞKİLERDE MODEL VE YAKLAŞIMLAR	5	2 + 2	3	5

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Талаптуу
Координатор	Uğur ÜNAL
Курстун мугалими	Uğur ÜNAL
Курстун тили	Түркчө
Жардамчылар	жок
Аудитория	317
Курстун максаты	Коомчулук менен байланыш, албетте, моделдери жана ыкмалар, коомдук мамилелердин, тарых, пионерлердин моделдер, аныктамаларды жана түшүнүктөрдү сүрөттөйт. коомдук мамилелердин, стратегиялык башкаруу боюнча изилденген моделдин жүрүшүндө, ошондой эле коомдук мамилелерди, стратегиялык байланыш мамиле талкууланат. Коомчулук менен байланыш моделдер жөнүндө өнүккөн билим маалыматты камсыз кылуу жана мамилелердин коомдук уюштуруу жана башкаруу ыкмалары, бүгүнкү күндүн студенттери бул маселелер жөнүндө билимди камсыз кылуу менен пиар келечеги тууралуу жалпы кырдаал тууралуу толук маалымат менен камсыз кылуу керек.

Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1. I. Akin Ocali-Aldemir Ocali. Коомчулук менен байланыш - Түштүк, стратегия жана иш жүзүнө ашыруулар. Деф басмалары. Стамбул, 2005 1- Изге Болугу. Изучение Маркетинг коммуникациясы. Стамбул, 2007 2- Ягуз Окабашы-Мине Окаш. Маркетинг коммуникациясы	Китеп
2. Tuncsa E.A. (2018). Halkla İlişkiler, Tanıtım, Reklam ve Pazarlama Kavramları Sözlüğü. Türkiye ve Kırgızca Açıklamak, İnciize ve Rusça Kelime Karşıllıkları. Cinsiz Yayınlar. İstanbul	Китеп
3. Özkan A. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi. Sosyal Yayınlar. 2.baskı. İstanbul.	Китеп
4. Пономев. Г. Г. (2000). Паблик Релеишнз для Профессиналов. Издательство "Энгар". Москва.	Китеп
5. https://books.google.kg/books?id=K2B0MAQBAJ&pg=BA1-PA3&dq=halkla+iliskiler&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjsqzmP7dAMWEI4sKHU8E3UJQ6AEIJA#v=onepage&q=halkla%20iliskiler&f=false	Сайт
6. https://books.google.kg/books?id=20qgK7c14K&printsec=frontcover&dq=halkla+iliskiler&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjsqzmP7dAMWEI4sKHU8E3UJQ6AEIJA#v=onepage&q=halkla%20iliskiler&f=false	Сайт
7. https://books.google.kg/books?id=AcAS5HSHfGc&printsec=frontcover&dq=halkla+iliskiler&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjsqzmP7dAMWEI4sKHU8E3UJQ6AEIJA#v=onepage&q=halkla%20iliskiler&f=false	Сайт
8. https://books.google.kg/books?id=RN3eRYLumOC&pg=PA7&dq=%D0%BF%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA+%D1%80%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%8B%D0%BD%D0%B7&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwIw7eHf7dAbUzqfKHSIc3y06AEIJA#v=onepage&q=%D0%BF%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%20%D1%8	Сайт

Жетишилчү жыйынтыктар

1	Семестрдин аягында студенттер макетинг микс ичинде жарнама жана коомчулук менен байланыш ыкмалары менен бирге демөөрчүлүк, брендди башкаруу, максатка багытталган маркетинг, интернет маркетинг, соода жарманкеси жана көргөзмөлөр жөнүндө маалыматтарга ээ болушат.
---	--

Курстун планы

Апта	Темасы
1. Апта	Каттоо аптасы
2. Апта	Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыш деген эмне? Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыш практикалары деген эмне?
3. Апта	Коомчулук менен байланыш жана маркетинг байланышы. Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыш практикаларына эмне үчүн муктаждык туулду.
4. Апта	Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыш жана уюмдук коомчулук менен байланыштын функцияналдык милдет жана жоопкерчиликтеринин эки тараптуу анализи.
5. Апта	Маркетинг-микске таандык жарнама жана сатыш жандандыруунун коммуникация формалары менен маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыштын коммуникация формаларынын салыштырылуусу. Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланышка багытталган моделдер.
6. Апта	Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланышта колдоо-тартуу жана товарга өтүү стратегиялары. Бул стратегиялардын максаттуу аудитория, коомчулук менен байланыш ыкмасы жана колдонгон коммуникация куралдары жагынан баалоо.
7. Апта	Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланыш планы кандайча ишке ашырылат? Көйгөй табуу, пландоо жана программалоо, иш-чара жана коммуникация, программаны баалоо.
8. Апта	Маркетинг максаттуу коомчулук менен байланышты колдонуучу жерлер.

Курстун планы

9. Апта	Ара сынак аптасы.
10. Апта	Интернетте маркетинг. Аныктамасы, пайдалары, күчсүз тараптары.
11. Апта	Демөөрчүлүк. Аныктамасы, өнүгүү себептери, максаттары, күчтүү жана күчсүз жактары. Демөөрчүлүктө таасирдүүлүк ыкмасы.
12. Апта	Бренд башкаруу жана бренд орноштуруу. Бренд термини, бренд имиджи, бренд баалуулугу, бренд орноштуруу.
13. Апта	Максаттуу маркетинг. Аныктамасы жана өзгөчөлүгү. Ишкердик жашоону максатка ылайык багыттоого түрткөн себептер. Максаттуу маркетингде алдыга чыга турган маселелер.
14. Апта	Соода жарманкелери жана көргөзмөлөр. Аныктамасы жана өзгөчөлүгү. Күчтүү жана күчсүз жактары.
15. Апта	Маркетинг коммуникациясы жана адеп. Маркетинг коммуникация адебине багытталган негизги усулдар, маркетинг коммуникациясында адеп көйгөйлөрү.
16. Апта	Семестрди жалпы баалоо.

Баалоо

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