



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
НІR-305	МАРКЕТИНГДИК КОММУНИКАЦИЯ	PAZARLAMA İLETİŞİMİ	5	1 + 2	2	3

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Талаптуу
Координатор	Ага Окутуучу Др. Бегайым МаксUTOVA
Курстун мугалими	Ага Окутуучу Др. Бегайым МаксUTOVA
Курстун тили	Кыргызча
Жардамчылар	жок
Аудитория	A-202
Курстун максаты	Маркетинг комплексине кирген маркетинг коммуникациялар системасы жөнүндөгү жалпы көзкарашты түзүү.

Колдонулуучу адабияттар

Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1 Огилви Д. Огилви о рекламе. Пер. с англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2007. – 232 с.	Китеп
2 Синяева И.М. Маркетинговые коммуникации: учебник. - М., 2008	Китеп

Жетишилчү жыйынтыктар

1	Команиянын продуктусун (кызматын) натыйжалуу алга жылдырууга багытталган маркетингдик чөйрөдөгү коммуникациялык программаны (кампанияларды) пландоо, башкаруу жана баалоо ыкмаларын жана билимин студенттердетүзүү.
---	---

Курстун планы

Апта	Темасы
1. Апта	Маркетингдик коммуникациялар комплекси. Маркетингдик коммуникациялык модели.
2. Апта	Интегралдык маркетинг коммуникацияларынын башкаруу стратегиясы.
3. Апта	Маркетинг коммуникацияларындагы маалымат каражаттары.
4. Апта	Жарнама маркетинг коммуникациялар элементи катарында. Жарнама функциялары, максаты, функциялары.
5. Апта	Жарамалык ишмердүүлүгүн башкаруунун уюштуруу формалыра. Жарнама каражаттары жана алардын мүнөздөмөсү.
6. Апта	Интернет түйүндө жарнамалык кампанияны пландаштыруу.
7. Апта	Паблик рилейшнз – маркетингтеги натыйжалуу коммуникациялар. Паблик рилейшнз концепциялары.
8. Апта	Ара сынак
9. Апта	Коомчулук менен байланышты уюштурууну пландаштыруу. Мекеменин имиджи.
10. Апта	Түз маркетингтеги өздүк сатуулар. Өздүк сатуулар. Телемаркетинг.
11. Апта	Иш сүйлөшүүлөрүн жүргүзүүнүн эрежелери. Антикризистик башкаруу. Сатууну стимулдаштыруу. Сатууну стимулдаштыруунун формалары.
12. Апта	Упаковка – мекеменин перспективдүү коммуникациялык саясаты
13. Апта	Көргөзмө-жарманке ишмердүүлүгү маркетинг ишмердүүлүгүнүн формасы катарында.
14. Апта	Мерчендайзинг. Электрондук сатууну уюштуруу.

Курстун планы

15. Апта	Стандарттык эмес жарнамалык долбоорлор. Маркетинг коммуникациянын натыйжалуулугун баалоо методикасы.
16. Апта	Жалпы Сынак

Баалоо

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