



КЫРГЫЗ-ТҮРК "МАНАС" УНИВЕРСИТЕТИ
Комуникация факультети 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-317	РЕКЛАМАЛЫК ИШТЕ ЧЫГАРМАЧЫЛЫК	REKLAMCILIKTA YARATICILIK	5	2 + 2	3	5

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Тандоо
Курстун мугалими	Ага окутуучу Каныбек Омурбеков
Курстун тили	Кыргызча
Жардамчылар	жок
Аудитория	A204
Курстун максаты	Чыгармачылыктын теориясы менен танышуу, жарнама процессинде креативдүүлүктүн ролу менен танышуу. Чыгармачылыкты ачканга шарттарды түзүү.

Колдонулуучу адабияттар

	Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1	Китеп "99 лучших чеклистов для Вашей рекламы". Институт маркетинговых исследований, Москва, 2000	Китеп
2	"Словарь символики и эмблематики", В.В.Похлебкин, Москва 2006	Китеп
3	"Жарнама жөнүндө" КРнын Мыйзамы	Басылма
4	«Креатив в рекламе» И.Имшенецкая, Москва, 2002	Китеп
5	Интернет маалыматтар.	Сайт
6	1 Hürel F. 2008. Yaratıcı Reklamcılık (Eski Köye Yeni Adet). İstanbul. Say Yayınları Kitap 2 Dağtaş V. 2003. Reklamı Okumak. Ankara. Ütopya Yayınevi Kitap 3. А.Джером ДЖУЛЕР, Бонни Л. ДРЮАНИ. 2003. КРЕАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМ	Китеп
7	4. Технологии производства в рекламе / Михаил Борисович Щепакин, Иван Фролов, Антон Николаевич Капитонов, Валерий Иванович	Китеп
8	3. Творческая реклама : Эффективные принципы бизнеса: Учебное пособие / Леонид Гуамович Грановский, Вячеслав Львович Полукаров	Китеп

Жетишилчү жыйынтыктар

1	Теория: Рекламадагы визуалдык жана башка креативдүү проектилеринин презентациясын даярдоо.
---	--

Курстун планы

Апта	Темасы
1. Апта	"Креатив" деген терминдин түшүнүгү. Терең мааниси, терминдин пайда болуу тарыхы. Креатив деген жарнама процесстин бир саны. "...креатив - жарнама коммуникациясынын маалымат жана эмоциялык менен толтуруу процесси."
2. Апта	"Чыгармачылык" жана "креатив" деген түшүнүктөрдүн айырмасы. Чыгармачылык ал креатив эмес! Креатив деген чыгармачылыкты уюштуруу технология процесси.
3. Апта	50-жылдардагы Креативдик революция. 50-жылдарда креативдин жарнамага кылган салымын изилдөө. Сапаттуу креатив күчтүү жана сапаттуу брендди жаратуусу тууралуу. Жарнаманы жаратууда негизги принциптерди анализдөө. Дүйнөлүк жарнаманын тарыхында талантар, генийлер жана атактуу адамдар
4. Апта	Креативдин шарттуу классификациясы: 1) Дизайндык (визуалдык көрүнүшү/образы) 2) Сөздүн пайдасы, мисалы: Ойлон, ойгон! 3) Аралаш (сүрөттүн жана сөздүн чогуу колдонулушу)
5. Апта	Сөздүк. Терминдер менен танышуу.

Курстун планы

6. Апта	Сырты креативдүү жарнама жасалгалардын өзгөчөлүгүн изилдөө жана анализдөө.
7. Апта	Креативди искусство катарында караганда. Креативдүү чыгармалар заманбап социалдык, саясий, экономикалык процесстерде колдонуу. Коомдук тартибине таасири жана рыноктуу өзгөртүүсү. Жаңы маданий моделдерди жаратуу.(психологиялык ыкмаларды колдонуу менен)
8. Апта	Экзамен
9. Апта	Жарнамада креатив. Жарнама рыногундагы проблемалар. Креативдүүлүк - бул жыйынтыкка бат жана эң арзан жетүү жолу. Жарнама - сатуу чыгармачылыгы. Креативдин негизги сапаты - сатуу.
10. Апта	Креативдүү чечимдердин касиеттери: жаңылык, ойго кабыл алуу, оригиналдуулук, ийкемдүүлүк, пайдалуулук, жалпыга таанытуу, комплекстүү колдонуу, жагымдуу көрүнүш, татаалдык даражасы
11. Апта	Жакшы жарнама текстерди жазунун принциптери. Көркөм кооздо жасалышы. Мисалдар жана технологиялар. Креативдин чечимин эмоционалдуулук жагы. Оперативдүүлүк.
12. Апта	Чыгармачылык процессте психологиялык концепциялар: учурлар, ынгайлуу шарттар, технологияны пайдалануу, адамдын рефлексине таяну шарттары.
13. Апта	Креативдик чечимдердин этаптары: болгон тоскоолдорду аныктоо, маалымат жыйноо, анализ, ойлорду түзүү, жаңы ойлорду табуу, чечимди баалоо, ишке ашыруу. Жарнаманы иштеп чыгаруу этаптары. Пайдасынын аныктоо. Коммециялык пайдасынын аныктоо.
14. Апта	Креативтин технологиясы: Көнүмүш болгон көз караштарды бузуу, жаңы көз караштарды калыптандыруу, Адис тобу менен иштеген методтор жөнүндө айтуу: мозговая атака, дискуссия, метод фокальных объектов, морфологиялык анализ, контролдук суроолордун методу (ким, эмне, эмнеге, каякта,

Баалоо

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