



**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-304	КООМЧ. М-Н БАЙЛ-ТА ӨРНӨК ОКУЯ-Н АНАЛИЗИ,КАМП.ПЛАНДОО II	H.İLİŞ-DE ÖRNEK OLAY İNCELEME-İ VE KAMPANYA PLANLAMA II	6	2 + 2	3	3

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Талаптуу
Координатор	Ага Окутуучу Др. Канышай Муктарова
Курстун мугалими	Uğur ÜNAL
Курстун тили	Түркчө
Жардамчылар	жок
Аудитория	318
Курстун максаты	Студенттерге теориялык жана практикалык жактан коомчулук менен байланыш жана жарнама кампанияларын даярдоону, коомчулук менен байланыш жана жарнама өнөктүгүн пландоо модели, максаттар, стратегиялар, максаттык аудитория, жалпыга маалымдоо каражаттары, ыкмалары, бюджетти түзүү ж.б. үйрөтүү максатталат.

**Колдонулуучу адабияттар**

	Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1	1. AYDEDE, C, 2001,Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, Media Cat, İstanbul.	Китеп
2	2. OKAY, Aydemir ve OKAY Ayla, 2002 Halkla İlişkiler ve Medya, Media Cat , İstanbul	Китеп
3	3. Резепов, Ильдар Шамильевич, Психология рекламы и PR : Учебное пособие, Москва : Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2012	Китеп
4	4. Roman, Kenneth ; Çeviren: Şeyda Odabaş, Reklam dünyasının kralı David Ogilvy, İstanbul : MediaCat, 2010	Китеп
5	5. Küçükerdoğan, Rengin, Reklam nasıl çömlenir? : Reklam iletişimde göstergeler ve stratejiler, İstanbul : Beta, 2011	Китеп
6	6. Kocabaş, Füsun ; Müge Elden, Reklamcılık : kavramlar, kararlar, kurumlar, İstanbul : İletişim, 2006	Китеп
7	7. Елина,Е.А., Семиотика рекламы : Учебное пособие, Москва: Издательско-торговая корпорация “Дашков и Ко”, 2010	Китеп

**Жетишилчү жыйынтыктар**

1	Бул сабакта студенттер изилдөө Долбоордун негизги базасын ырахат алат. иши талдоого максаттуу аудиторияны аныктоо болот. Бир коомдук байланыш кампаниясынын медиа жана пландоо жана бюджетти түзүү үчүн бере алат. Бардык талаптарды аткаруу Коомдук жана даярдоо жарнама. Алар, албетте, жонокой сынагынан өтүп же оозеки сүйлөөгө мамлекеттик алат үйрөнгөн.
---	--

**Курстун планы**

Апта	Темасы
1. Апта	Таанышуу, сабактын мазмуну жана методологиясы менен тааныштыруу
2. Апта	Реклама, Реклама кампаниясы өтмүшү жана бүгүнү
3. Апта	Рекламанын семиотикалык анализи
4. Апта	Медиа жана иш-чара стратегияларынын аныкталышы
5. Апта	Практикалык иш планддарынын даярдалышы
6. Апта	Максаттык топту аныктоо

**Курстун планы**

7. Апта	Максаттык топ үчүн максаттарды аныктоо
8. Апта	Кампанияларда бюджет жана заман таблицасы
9. Апта	Ара сынак
10. Апта	Кампанияны ишке ашыруу үчүн календарь түзүү
11. Апта	Кампания иш-чараларынын түзүлүшү
12. Апта	Креативдүү эмгектер: мисал үстүндө иштөө
13. Апта	Баалоо
14. Апта	Өз алдынча практикалык иштин сунуму
15. Апта	Өз алдынча практикалык иштин сунуму
16. Апта	Өз алдынча практикалык иштин сунуму

**Баалоо**

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