



**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-406	МЕДИАПЛАНДОО	MEDYA PLANLAMASI	8	2 + 2	3	5

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Тандоо
Координатор	Доц.М.А.Др. Эрдоган Акман
Курстун мугалими	Доц.М.А.Др. Эрдоган Акман
Курстун тили	Түркчө
Жардамчылар	жок
Аудитория	С-106
Курстун максаты	Масс-медиянын түрлөрү, анын өзгөчөлүктөрүн үйрөнүү. Жалпыга маалымдоо каражаттарынын:ТВ, Радио, гезит ж.б. реклама жайгаштыруунун маани-мазмунун талдоого алуу. Рекламалык компаниялардын ишин салыштыруу иретинде талдап үйрөнүү. Маркетинг жана медиа, медиа иликтөө маселелеринин мааниси, ролуна тереңдеп көңүл бурулат. Практикалык тажрыйбаны арттыруу үчүн менчиктин ар түрдүү формасындагы компания, фирмалардын иш ыкмаларындагы медиапландоолорун өздөштүрүү. Кыргызстандагы жана чет өлкөлөрдүн PR жана реклама тармагынын өнүгүшүн ар тараптуу үйрөнүү.

**Колдонулуучу адабияттар**

	Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1	1. Банникова А. Конспекты по медиапланированию. //Рекламист, №4, 1995.	Китеп
2	2. Бове К.Л. Современная реклама. США издательский дом «Довгань», 1995.	Китеп
3	3. Денисов С. Рейтинги как они есть. // Рекламный мир, №6, 1996.	Китеп
4	4. Ерофеев А. Современное медиапланирование с помощью программы Galileo //Yes!, №2, 1997.	Китеп
5	5. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. - М., 1996.	Китеп
6	6. Росситер Дж.Р. Реклама в продвижении товара.- СПб «Питер», 2000.	Китеп
7	7. www.advertagy.ru	Сайт
8	8. www.triz-ri.ru	Сайт

**Жетишилчү жыйынтыктар**

1	Масс-медиянын түрлөрү, анын өзгөчөлүктөрүн үйрөнүү. Жалпыга маалымдоо каражаттарынын:ТВ, Радио, гезит ж.б. реклама жайгаштыруунун маани-мазмунун талдоого алуу. Рекламалык компаниялардын ишин салыштыруу иретинде талдап үйрөнүү. Маркетинг жана медиа, медиа иликтөө маселелеринин мааниси, ролуна тереңдеп көңүл бурулат. Ар бир студент медиапландарды даярдап, презентация жасайт.
---	---

**Курстун планы**

Апта	Темасы
1. Апта	Медиа пландоо деген эмне?
2. Апта	Рекламадагы пландоонун негизи.
3. Апта	Медиа пландоодогу убакыт фактору.
4. Апта	Маркетинг жана медиапландоо
5. Апта	Телекөрсөтүүгө пландоонун өзгөчөлүгү.
6. Апта	Медиа иликтөөнү эмне үчүн жасашат?
7. Апта	Радионо пландоонун артыкчылыгы.

**Курстун планы**

8. Апта	Ара сынак
9. Апта	Сырттагы рекламалык көрнөктөргө пландоо.
10. Апта	Практикалык иштер
11. Апта	Гезиттерге пландоонун ыкмалары.
12. Апта	Итернетке медиапландоо
13. Апта	Маркетинг жана медиа пландоо.
14. Апта	Типтүү медиа пландын үлгүсүн үйрөнүү.
15. Апта	Практикалык иштер: Медиапландоо презентациялары
16. Апта	Жыйынтыктоо
17. Апта	Жалпы сынак

**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>