

Анкета ППС

ФИО преподавателя	МаксимоваБегайымБорукуловна
Название дисциплины	«Межкультурная коммуникация», «Исследования в коммуникации», «GR и лоббирование»
Электронная почта	bg.zad@mail.ru
Должность	доцент
Образование	высшее
Ученая степень	кандидат филологических наук
Ученое звание	доцент
Стаж работы (общий, педагогический)	Общий - 23, педагогический - 18
Членство в научных и профессиональных обществах	Член Ассоциации коммуникаторов Кыргызстана
Награды	Почетная грамота МОиНКР, Почетные грамоты КНУ им.Ж.Баласагына
Общественная работа	

Анкета дисциплины

Название дисциплины	Межкультурная коммуникация
Объем дисциплины в кредитах	3 кредита
Семестр	1 семестр
Цель дисциплины	Формирование у студентов основ межкультурной компетентности, целостного представления об основных проблемах, видах и формах межкультурной коммуникации и воспитание осознания родной культуры и других культур.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин общенаучного и профессионального цикла, таких как: «Философия и методология науки», «Визуальные коммуникации в современной культуре», «GR и лоббирование», «Исследования в коммуникации», «Технология управления общественным мнением».
Используемая литература и источники	Андреева, И. В. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / И. В. Андреева, Л. А. Балобанова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 96 с. Белая, Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: учеб. пособие / Е. Н. Белая. – М.: «Форум», 2011. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация: учебное

	пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2013
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	МаксутоваБегайымБорукуловна

Название дисциплины	Исследования в коммуникации
Объем дисциплины в кредитах	2 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	Получение магистрантами знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований. В Основной упор делается на получение магистрантами практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований и анализа полученной в ходе исследования информации.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин общенаучного и профессионального цикла, таких как: «Философия и методология науки», «Визуальные коммуникации в современной культуре», «GR и лоббирование», «Технология управления общественным мнением».
Используемая литература и источники	<ol style="list-style-type: none"> 1. Белановский С.А. Метод фокус-групп. М., 1996, С. 147-235. 2. Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В. Фокус-группы как метод социально-психологического исследования. - М., 1997,С. 46-60. 3. Гришаева, Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб.пособие / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – 3-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с. 4. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учебное пособие для студ. вузов / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. - 2-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2008. - 224 с.

Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	МаксимоваБегайымБоруккулова

Название дисциплины	GR и лоббирование
Объем дисциплины в кредитах	2 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для изучения основ лоббирования и взаимодействия органами власти.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин общенаучного и профессионального цикла, таких как: «Философия и методология науки», «Технологии рекламы и СО в различных сферах деятельности», «Управление агентством рекламы и СО, отделом рекламы и СО в организации», «Технология управления общественным мнением».
Используемая литература и источники	1. GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. М, 2012. 2. Павроз А.В. Группы интересов и лоббизм в политике. – СПб.:Издательство Санкт-Петербургского университета, 2006. 3. Семенов И.С. Группы интересов в политическом и социокультурном пространстве. – М.: Юнити-Дана, 2007.
Методы обучения	Исследовательский метод, методы беседы, проблемный метод, метод стимулирования деятельности студентов, интерактивные методы обучения (мозговой штурм, кейс-метод, круглый стол)
ФИО преподавателя	МаксимоваБегайымБоруккулова

Окутуучунун анкетасы

ФИО преподавателя	МаксUTOваБегайымБорукУловна
Название дисциплины	«Маданийаралык коммуникация», «Коммуникациядагыизилдөөлөр» «GRжаналоббирлөө»
Электронная почта	bg.zad@mail.ru
Должность	доцент
Образование	жогорку
Ученая степень	филология илимдеринин кандидаты
Ученое звание	доцент
Стаж работы (общий, педагогический)	Жалпы - 23, педагогикалык - 18
Членство в научных и профессиональных обществах	Кыргызстан Коммуникаторлорассоциациянын мүчөсү
Награды	КРБилимберүүминистрлигинин Ардак грамотасы Ж.Баласагынатындагы КУУ Ардак грамоталары
Общественная работа	

Название дисциплины	Маданий аралык коммуникация
Объем дисциплины в кредитах	3 кредит
Семестр	1 семестр
Цель дисциплины	Студенттердемаданийаралыккомпетенттүүлүктүннегиздеринтүзүү, маданийаралыккоммуникацияныннегизгикөйгөйлөрү, түрлөрүжанафор маларыжөнүндөгүнегизгитүшүнүктүтүзүү, өзүнүнжана башка маданияттытүшүнүүнүтарбиялоо.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Бул дисциплина башкажалпыилимийжанапрофессионалдыкдисциплиналарды - «Илимдин философиясы жана методологиясы», «Азыркы маданият ттагы визуалдык коммуникациялар», «Коммуникациялардагы изилдөөлөр», «Коомдук пикирди башкаруу технологиясы» окутуунун негизинде окутулат.
Используемая литература и источники	1. Андреева, И. В. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / И. В. Андреева, Л. А. Балобанова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 96 с. 2. Белая, Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: учеб. пособие / Е. Н. Белая. – М.: «Форум», 2011. 3. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2013

Методы обучения	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөйкойуу методу, студенттерди ишмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
ФИО преподавателя	Максутова Бегайым Борукуловна

Название дисциплины	Исследования в коммуникации
Объем дисциплины в кредитах	2 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	Магистранттар маркетингди изилдөөлөрчөй рөсүндө практикалык жөндөмдүүлүгүн түзүү жана билималуу болуп саналат. Негизги басым маркетингди изилдөөлөрдү өткөрүү жана уюштуруу, алынган маалыматты анализдөөнүн практикалык жөндөмдүүлүгүнө жасалат.
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Бул дисциплина башка жалпы илимий жана профессионалдык дисциплиналарды - «Илимдин философиясы жана методологиясы», «Азыркы маданият ттагы визуалдык коммуникациялар», «GR жаналоббирлөө», «Коомдук пикирди башкаруу технологиясы» окутуунун негизинде окутулат.
Используемая литература и источники	1. Белановский С.А. Метод фокус-групп. М., 1996, С. 147-235. 2. Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В. Фокус-группы как метод социально-психологического исследования, М., 1997, С. 46-60. 3. Гришаева, Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособие / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – 3-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с. 4. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учебное пособие для студ. вузов / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. - 2-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2008. - 224 с.
Методы обучения	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөйкойуу методу, студенттерди ишмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунун интерактивдик методдору («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
ФИО преподавателя	Максутова Бегайым Борукуловна

Название дисциплины	GR и лоббирование
Объем дисциплины в кредитах	2 кредита
Семестр	3 семестр
Цель дисциплины	Студенттерделоббирлөөнүннегиздеринжанабийликоргандардармененөз аракеттенүүнүнизилдөөүчүнтеоретикалыкбилимжанапрактикалыкжөндөмдүүлүгү
Пререквизиты дисциплины Постреквизиты дисциплины	Бул дисциплина башка жалпыилимийжанапрофессионалдыкдисциплина «Илимдинфилософиясыжанаметодологиясы», «Азыркымаданиятттагывизуалдык» «Жарнамажана КБагенттиги, мекемедегижарнамажана КБ бөлүмүнбашкаруу», «Коомдукпикирдибашкаруутехнологиясы» окутуунуннегизиндеокутулат.
Используемая литература и источники	1.GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса с государством. М, 2012. 2.Павроз А.В. Группы интересов и лоббизм в политике. – СПб.:Издательство Санкт-Петербургского университета, 2006. 3.Семенов И.С. Группы интересов в политическом и социокультурном пространстве. М.: Дана, 2007.
Методы обучения	Изилдөө методу, баарлашуу методу, көйгөйкойуу методу, студенттерди ишмердүүлүгүн стимулдаштыруу методу, окутуунунинтерактивдик методу («мозговой штурм», кейс-метод, тегерек стол).
ФИО преподавателя	МаксутоваБегайымБорукуловна

АНКЕТА

- Дисциплина: «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью»
- Объем дисциплины – 5 кредитов
- 3, 4-семестр
- Цель дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов теоретические знания, умения и навыки в консалтинговой сфере; овладение методиками и технологиями организации, управления и реструктуризации организационных структур разного типа, планирования управленческой деятельности, формирования и поддержания имиджа лидера и организации, проведения PR-кампаний в политической, экономической и иных сферах деятельности, поддержание связей и отношений с различными целевыми группами.

- Пререквизиты: «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика массовой коммуникации»
- Постреквизиты: «Имиджелогия»; «Медиапланирование».
- Используемая литература и источники: Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. - СПб.: Питер, 2003; Шарков Ф.И. Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Ф. И. Шарков. — М. : Экзамен, 2005
- Методы обучения: лекция, дискуссия, деловые и ролевые игры, разбор кейсов, работа с учебными материалами, мозговой штурм, презентации
- Токторбаева Гатына Мурзабековна

АНКЕТА

- Дисциплина: «Имиджелогия»
- Объем дисциплины – 6 кредитов
- 5, 6-семестр
- Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления о системе современной имиджелогии; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие; формирование навыков управления персональным и корпоративным имиджем.
- Пререквизиты: «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование»
- Постреквизиты: «Брендинг»; «Политический маркетинг».

- Используемая литература и источники: [Горчакова В. Г.](#) Имиджелогия. Теория и практика. Учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2012; Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники.-М.:Омега-Л, 2007.
- Методы обучения: лекция, дискуссия, деловые и ролевые игры, разбор кейсов, работа с учебными материалами, мозговой штурм, презентации
- Токторбаева Татына Мурзабековна

АНКЕТА

- Токторбаева Татына Мурзабековна
- Дисциплины: «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Имиджелогия», «Основы интегрированных коммуникаций», «Медиапланирование»
- Meri_al@list.ru
- Старший преподаватель
- Бакалавр по направлению «Журналистика»; Магистратура по направлению «Журналистика»

- Общий стаж – 15 лет, педагогический – 14.
- Работа над кандидатской диссертацией на тему «PR и реклама в кыргызоязычном СМИ Кыргызстана».
- Член Ассоциации Медиа коммуникаторов.
- Почетная грамота КНУ, «лучший молодой преподаватель КНУ».