

№ 1 тақырып. Менеджмент және маркетинг ұғымы. Менеджменттің методологиялық негіздері.

Менеджмент ұғымы, оның мәні мен әлеуметтік-экономикалық категориялар жүйесіндегі орны. Журналистикадағы менеджмент пайда болуының тәжірибелік алғышарттары.

Журналистикадағы экономикалық инфрақұрылымдар: ақпараттық нарық, редакциялық-баспа маркетингі, редакциялық менеджмент, редакциялық бюджет және т.б. қызмет етуіне байланысты ұғымдар мен терминдердің пайда болу жүйесі. Менеджмент негіздері және оларды журналистикада қолдану. Журналистика және экономикалық фактор.

Аталмыш курс шетелдік медиаменеджмент пен маркетингтің практикалық мәселелерінің мәнін толықтау мен айқындауға арналған. Алғашқы бөлімінде шетелдік медиаменеджмент негіздері, ақпарат концепциясы, медиаэкономика проблемасы туралы қарастырылады. Екінші бөлімінде шетелдік медиаменеджменттегі интеграциялық процесс қарастырылса, ал үшінші бөлімі мерзімді баспасөз, телевизия және радио, онлайн журналистикадағы менеджменттің негізгі функцияларына арналады.

Менеджменттің қазіргі заманғы теориясы мен тәжірибесі ерекше мәнге ие. Ең алдымен, қазақстандық экономиканың нарықтық қатынасқа көшуі мен БАҚ-тың нарық жағдайындағы қызметі және бәсекелестігі барлы қдеңгейдегі басқарудың түрлері мен әдістерін зерттеуді талап етеді. Отандық газет, журнал, телерадиокорпорациялардың табысты тәжірибелерін пайдалану – ең басты міндеттердің бірінен саналады. Екіншіден, қазақстандық БАҚ-тың шетелдік, сондай-ақ ресейлік жобалармен қатар ақпараттық кеңістікте қызмет етуі менеджмент тәжірибесін зерттеу мен білуді талап етеді.

Қазақстандық экономиканы басқаруды қатай құрудың приоритетті бағыттарының бірі бұқаралық ақпарат құралдарында менеджментті пайдаланудың әдіснамалық негіздерін әзірлеу болып саналады. Бұл өндірістік өнеркәсіптердің немесе отандық компания, фирмалардың тәжірибесін көшіре салу механизмі болып саналмайды. Бұл – жаңа шешімдердің шығармашылық ізденісі.

Нарық жағдайы, бәсекелестік, қазіргі заманғы ақпараттық кеңістіктің маңызды көрсеткіштері БАҚ редакциясы ұжымдарын жақсы да үздік нәтижелерге жету үшін нақты да жетік жолдарын, формалары мен әдістерін, сондай-ақ біртұтас үйлесімді жүйені іздестіруді талап етеді.

Менеджменттің әдіснамалық аспектілерін теориялық тұрғыдан талдап, оның Қазақстан жағдайындағы даму жолдарын қарастыратын, сонымен қатар ғылыми тәжірибелік және материалдық үлкен көмегі тиетін бұндай кітаптың студенттер мен оқытушыларға және қазіргі заманғы басқару жүйесінің мәселелері қызықтыратын мамандарға аса пайдалылығы даусыз. Алайда, осы уақытқа дейін Қазақстан экономикасының ерекшелігін ескеретін менеджмент әдісі бізде толық зерттелмей келеді. Сондықтан осы бағыттағы ізденістерді экономиканың нарықтық қатынастарға көшу кезеңінен бері қарай бірнеше жыл бойы жүргізіліп келеді.

Авторлары төмендегі ғалымдар болып табылатын Қазақстан баспаларынан шыққан менеджмент жайындағы әдебиеттер туралы атап өтпеу орынсыз болар еді. Олар – Ахметов К.Ғ., Әбдірешев Ә.Ә., Бердалиев К.Б., Жұмаев Ж.Ж., Кәренов Р.С., Мамыров Н.Қ., Өмірзақов С.Ы., Ювица Н.В., және т.б. Бұл ғалымдардың әрқайсысы менеджменттің жекелеген аспектілерін зерттеді. Бірақ бізде әзірге менеджмент пәніне, оның экономикалық мазмұнына қатысты ортақ пікір жоқ, ал кейбір мәселелер әлі де болса Қазақстан экономикасын әрі қарай зерттеп, жетілдіруді қажет етеді.

Басқарудың жалпы қағидасы адамдар тобының алуан түріне түрліше қолданылғанымен, оның түп-негізгі мағынасы сол қалпында сақталады. Осыған орай белгілі бір әлеуметтік топтарға сәйкес келетін менеджменттің негізгі алты түрі тармақталады.

1. Үкімет. Менеджмент ұғымы үкімет қызметіне қолданылмағанымен, Петерсон мен Плоуменнің пікірінше, оның қызметі барлық жағынан алғанда менеджменттің жалпы анықтамасына сәйкес келеді.

2. Мемлекеттік менеджмент. Көп мемлекеттік мекемелерді ұйымдастыру және сондағы қызметкерлерге билік жүргізуді жүзеге асыру.

3. Әскери менеджмент. Мемлекеттік менеджменттің ерекше түрі. Қарулы күштерді ұйымдастыру және оларға жетекшілік ету.

4. Құрама одақтық (ассоциациялық) немесе клубтық менеджмент. Мемлекеттік мекемелердегі секілді, мұнда да қызметкерлер тобының іс-әрекетін ұйымдастырып, оларға басшылық ету қажет.

5. Бизнес-менеджмент. Үкіметтіктен және мемлекеттіктен өзгеше келетін менеджменттің ерекше түрі.

6. Мемлекеттік меншіктегі менеджмент. Бизнес-менеджменттің арнайы түрі. Жеке меншік іскерлік кәсіпорын функциясымен қоса, мұнда менеджмент сипатына мемлекеттік және әлеуметтік проблемалар мен ой-пікірлер де ықпал етеді.

Э.Петерсон мен Э.Плоумен былай деп атап көрсетеді: менеджменттегі мұндай өзгешеліктердің көп жағдайда елеулі айырмашылығы бола тұрса да, бұлардың барлығы адамның мінез-құлқы туралы «негізге алынатын түсініктерге» сүйенеді. Осы аталғандар менеджментті жеке адамдар арасындағы технологиялық қарым-қатынасқа тәуелді етеді де, бұлар материалдық жағдайларға тәуелсіз ретінде қарастырылады, өйткені соңғы айтылғанның алуан түрлілігінде шек жоқ.

Менеджментке алуан түрлі түсінік бергенімен, классиктердің бұл жөніндегі тұжырымдары көп жағдайда ұқсас келеді. Гальвецияның пікірінше, басқару үрдісі – өнер, оның басты мәні мен мазмұны нақты жағдайға қарап ғылымды (басқару саласындағы ілім негізін) қолдану.

Тіпті маман болмағанның өзінде де, біздің кез келгеніміздің басқару ғылымы мен өнері туралы азын-аулақ хабарымыз болатыны сөзсіз.

Менеджмент – нарықтық экономика жағдайында өндірісті тиімді басқарудың теориясы мен практикасы. Сондай-ақ, нақты мақсатты жүзеге асыру үшін кәсіпорын жұмысын басқаруға және ұйымдастыруға байланысты адамдар қызметінің түрі болып табылады.