

1. INTERNET HÁM PR

2. páninen sorawlar

3. Internettiń ĞXQ retindegi qásiyetleri.
4. Internettiń payda bolıwı hám rawajlanıwı.
5. Zamanagóy dúnyada internettiń tutqan ornı.
6. Internettiń ĞXQ retinde hám internet jurnalistika rawajlanıwı.
7. Jańa ĞXQning múmkinshilikleri, abzallıqları jáne onı dástúriy ĞXQiniń qásiyetleri menen salıstırıw.
8. Internettiń oraylasmagan hám ashıq kommunikatsiya quralı ekenligi.
9. Onlayn telekórsetiwler hám radioeshittiriwler, internet baspaları klassifikaciyası.
10. Internette PR-kommunikaciya qásiyetleri.
11. Internet PR instrumenti hám ortalıǵı retinde.
12. Internette PR-kommunikatsiyanıń túrleri, kórinisleri. Onıń ábzallıq táreplerin salıstırılraw.
13. Target (maqsetli) auditoriya menen PR-kommunikatsiya perspektivalı hám nátiyjeli sheriklik retinde.
14. Internet-reklama hám PR-kommunikatsiyanıń isenimlilik dárejesi.
15. Onlayn hám offlayn baylanıs.
16. Internettiń multimedia ózgesheligi.
17. Multimedianiń strukturalıq bólimleri: gipertekst, súwretler, audio, video hám animatsiyalar, olardıń isletiliwi, ústemshilikleri hám kemshilikleri.
18. PR salasında multimedia qurallarından paydalanıw.
19. Sanlı PR texnologiyalar mánisi.
20. Zamanagóy PR texnologiyalar haqqında ulıwma túsinik. Olar tuwrısındaǵı teoriyalıq qarawlar.
21. Zamanagóy informaciya xızmeti iskerligi natiyjeliligin asırıwda sanlı instrumentlerden paydalanıw. Shet el hám milliy tájiriye.
22. PR texnologiyalardıń házirgi jaǵdayı hám de keleshegi haqqında ulıwma túsinikler.
23. Sanlı PR texnologiyalardıń ekonomikalıq hám social áhmiyeti haqqında bilimler.
24. Internet-marketing tiykarları.
25. Internet-marketing túsinigi. Onıń maqseti hám wazıypaları, aktuallıǵı.
26. Internet-marketing metodları dúzilisi.
27. Web-sayt -internet-marketing instrumenti retinde.
28. Saytlardıń biznes-modelleri.
29. PR iskerliginde onlayn instrumentlerden paydalanıw.

- 30.PR-tekst tayarlawda vizualizaciya.
- 31.Informaciyanı usınıwda vizualizatsiya zárúrshiligi. Onı tayarlaw texnologiyası.
- 32.Google kompaniyasınıń multimedia xızmetleri.
- 33.Informaciya uzatıwda kanvadan paydalanıw. Audio redaktor. Interaktiv foto.
- 34.Zamanagóy auditoriyanıń informaciyanı qabıllaw psixologiyası.
- 35.Tayın shablonlar hám avtorlıq jumısları.
- 36.Infografika, túrli kesteler, animacion rolikler tayarlaw hám tarqatıwdı PR iskerliginde engiziwdıń abzallıqları.
- 37.Qabıllawı ańsat hám qolay vizual texnologiyalardan keńrek paydalanıwdıń múmkinshilikleri.
- 38.Informaciylıq qávenderlik, imidj, brending máseleleri.
- 39.Brend jaratıw hám onı júritiw usılları.
- 40.Brendti ataqlı qılıw hám qızıǵıwshılıqtı arttırıw, ayırıqshalıq, básekige shıdamlılıq, isenim, unamlı munasábet hám kepillik.
- 41.PR iskerliginde informaciylıq qávenderlik múmkinshilikleri.
- 42.Imidj hám PR.
- 43.Internette úgit, shaxs imijini kóteriwde PR-kommunikatsiyalardan paydalanıw.
- 44.Social tarmaqlarda jámiyetshilik pikirin qalıplestiriw.
- 45.Social tarmaqlarda baslanǵısh hám ekilemshi mazmundagi informaciya, olardı qabıllaw usılları. Social tarmaqtarda informaciylar menen islew.
- 46.Social tarmaqlarda marketing - Social Media Marketing (SMM) ni júrgiziw.
- 47.Jámiyetshilik menen baylanıslar bólimlerinde SMM qanıgege talap.
- 48.Ónim, tovar hám xızmetlerdi social mediada teńlestiriw usılları.
- 49.Qarıydarlar talabı, qızıǵıwshılıqları. Potencial auditoriya menen islew jolları.
- 50.Tematikalıq saytlar menen islew. Tematikalıq forum jaratıw, qatnasıw. Qayta baylanıstı jolǵa qoyıw.
- 51.Qıdırıw sistemaları optimizaciyası.
- 52.SEO -PR instrumenti retinde.
- 53.Qıdırıw sistemalarında islew.
- 54.SEO texnologiya túsiniǵı. Indekslew principi. SEO maqala jazıw.
- 55.Tekstlerdi saytlar ushın intimizatsiya qılıw.
- 56.Qıdırıw sistemalarında betlerdi tártiplewge tásir etiwshi faktorlar. Sırtqı faktorlardı optimizatsiyalaw.
- 57.Saytlardı reklama qılıwdıń jańa instrumenti retinde.
- 58.ZOO kategoriyası ushın ózine tartatuǵındor TITLE tayarlaw texnologiyası.
- 59.virus marketingi. virus marketingi, onıń mánisi.
- 60.virus marketingining payda bolıwı tariyxı.

- 61.virus marketingidagi qáteler. virus marketingini ótkeriw basqışları.
- 62.virtual ortalıqta PR kompaniya : joybarlawatırish hám shólkemlestiriw.
- 63.PR iskerlikti anıq udayı tákirarlanatuǵın jobalar tiykarında shólkemlestiriw máselesi.
- 64.Internette PR kompaniyanıń mazmunı hám ayırıqshalıǵı. PR kompaniya haqqında teoriyalıq túsiniqler
- 65.Social tarmaqlarda PR natıyjeliligin bahalaw.
- 66.Social tarmaqlarda PR natıyjeliligi kórsetkishini hám tiykarǵı atamalar.
- 67.PR natıyjeliligi analizi. Nátiyjelilikti bahalaw metodları.
- 68.Turaqlı auditoriyanı qalıplestiriw hám keliwshilerdi ustap qalıw jolları.
- 69.Internet arqalı baylanıs. virtual jámaátlerdi qalıplestiriw mashqalası. virtual jámaátı qalıplestiriw metodları.
- 70.Social tarmaqlarda marketing - Social Media Marketing (SMM) ni júrgiziw.
- 71.Internette PR iskerliginiń etikalıq principleri.
- 72.Jámiyetshilik menen baylanıslar salasında etika kodeksi.
- 73." Setiket" hám " netiket" túsiniǵiniń júzege keliwi hám etikalıq krizis.
- 74.Internette daǵdarısı jaǵdaylardıń qásiyetleri.
- 75.Shólkem, shaxs hám jámiyetshilik ortasında qarama-qarsılıqlı jaǵdaylar hám qarama-qarsılıqlı jaǵdaylardıń keskin tús alıwı. Krizisqa tayarlıq.
- 76.Áyyemgirizis PR. Ishki kommunikatsiya, mısh-mısh gáplerge qarsı kompaniya. SWOT-analiz.
- 77.Internet kopirayting. Nátiyjeli internet kopiraytingning 5 principini.
- 78.Informaciya izlew, tema sheńberindegi informaciylar izertlew. Stilistika. Tekst strukturası. Analog. Tekst redakciyası. Konkretika qaǵıydaları.
- 79.Tekst strukturasınıń 6 túri: logikalıq, piramida, kombinatsiyalangán sistema, kommerciyalıq sistema, AQ-sistema, qatetizim.
- 80.Internette milliy segment hám shet el segmentti PR kózqarasınan analiz qılıw.
- 81.Xalıq aralıq tájiriybege súylene otirip sanlı PR texnologiyalardan túrli tarawlardıń jámiyetshilik menen baylanıslarında paydalanıw.
- 82.Materiallıq, ekonomikalıq, tálim, den sawlıqtı saqlaw tarawları boyınsha social tarmaqlarda marketing múmkinshiliklerin qóllaw.
- 83.Internette áyyemgirizis PR strategiyasın islep shıǵıw.
- 84.Internette etikalıq krizis menen baylanıslı jaǵdaylardı analiz qılıw.
- 85.virtual ortalıqta PR kompaniya hám PR-aksiyalardı joybarlaw hám shólkemlestiriw.
- 86.Internet saytları ushın ózine tartatuǵındor kontent tayarlaw jolları.
- 87.Informaciyanı vizuallastırıw boyınsha jańa instrumentlerdi jumıs iskerligine engiziwdiń abzallıqları.

88. Infografika hám animatsion rolikler tayarlaw usılları.
89. Komyuniti analizi hám natiyjeliligin bahalaw.
90. Shólkemler iskerliginde korporativ media jaratıw boyınsha usınıslar islep shıǵıw.
91. Internette social tarawdıń tiyisli baǵdarları boyınsha ónim, xızmet brendini jaratıwdıń usılları.
92. Blog ashıw jáne onı júrgiziwdiń ayırıqsha tárepleri.
93. Nátiyjeli internet kopiraytingning 5 principi
94. Internettiń multimedia ózgesheligi.
95. PR texnologiyaları daǵı házirgi jaǵdayı hám de keleshegi haqqında ulıwma
96. túsinipler.
97. Zamanagóy auditoriyanıń informaciyanı qabıllaw psixologiyası.
98. 95.. PR iskerliginde informaciyalıq qawenderlik múmkinshilikleri.
99. 96. Linkbeyting - saytlardı reklama qılıwdıń jańa instrumenti retinde.
100. 97. Ishki kommunikatsiya, mısh-mısh gáplerge qarsı kompaniya.
101. 98. Internet kopirayting tiykarları.
102. 99. Internette konkretika qaǵıydaları.
103. 100. PR-kommunikatsiyanıń qásiyetleri, baǵdarları, princip hám quralları