

Жарнама тілінің терминдер сөздігі. *Құрастырушылар:* С.Итеғұлова, С.Жайлау, О.Мақсұт, А.Қожахмет, А.Әлайдар, Т.Кенжебекұлы. Нұр-Сұлтан, 2020, – 101 бет.

Бұл сөздікте телевизиялық жарнама, радиожарнама, прессалық жарнама, ғаламтордағы жарнама, сыртқы жарнама, тауар жарнамасы, қызмет көрсету жарнамасы, саяси жарнама, қоғамдық жарнама, ұйымға арналған жарнама, сауда белгісіне арналған жарнама, жеке тұлғаға арналған жарнамаға қатысты төл терминдер және шетілдік терминдер (жиыны – 1100 термин) анықтамасымен берілген.

Кітап терминтанушы ғалымдар мен мамандарға, студенттерге, магистранттарға, докторанттарға және тақырыпқа қызығушылық білдірген көпшілікке арналған.

Алғы сөз

Ақпараттық коммуникация және ақпарат алмасудың жаңа технологияларының дамуы БАҚ саласында тың ой оралымдары мен қызметтер легінің пайда болуына әкеліп отыр. Бұрын бұқаралық ақпарат құралдары тек ағартушылық, танымдық, саяси сипатта болса, бүгінде сауда платформаларына айналды деуге болады. Бұл – бұқаралық ақпарат құралдарына сауда-саттық, қызмет көрсету саласының өкілдері тарапынан жарнама беру үрдісінің енуімен жүзеге асырылуда. Әлеуметтік желілердің, ғаламтордың пайда болуы мен таралуы бірыңғай ақпараттық кеңістікті, ерекше ортаны қалыптастырып қана қойған жоқ, адамдардың өз тауарлары мен ұсыныстарын көпшілікке жеткізуіне де игі ықпалын тигізді. Түрлі медиаағымдар жиынтығының пайда болуы жаңа сөздердің туындауына және таралуына, жарнама тілінің қалыптасуына, кірме терминдердің көбеюіне алып келді.

Жарнама тілі – ұлттық мәдениеттің белгілерін көрсетумен бірге өзге елдің мәдениетін тасымалдайтын, жеке адамның сән индустриясы мен тауар айналымы саласындағы ақпараттарды алу мүмкіндігін қалыптастыратын құрал. Десек те қазіргі қазақ жарнамаларының атқаратын қызметтері де, тілдік тазалығы мен стилі де жұртшылық тарапынан да, тілші ғалымдар тарапынан да сынға ұшырап жүргені анық. Алдарыңызға ұсынылып отырған «Жарнама тілінің терминдер сөздігі» бүгінгі жарнамада қолданылып жүрген шеттілдік терминдерді игеру мәселесіне арналады.

Жарнамада қашанда табыс, қаржы табу көзделетіндіктен, ол кез келген тауар немесе қызмет түрлерін тұтынушыға тарату барысында барлық салада қолданылады. Бір қарағанда жарнама экономика, маркетинг салаларына ғана қатысты болып көрінгенімен, бұқаралық ақпарат құралдарының да ажырамас бөлігіне айналып отыр. Сондықтан жарнама терминдері қоғамдық-әлеуметтік мазмұнға ие болады. Сөздікті құрастыру барысында жарнама терминдерінің қолданыс аясын кеңейту, шеттілдік терминдерді қазақ тілінің заңдылықтарына сәйкес игеру, кірме терминдерге балама табу көзделген болатын. Осы мақсатқа жету үшін телевизиялық жарнама терминдері, радиожарнама, прессалық жарнама, ғаламтордағы жарнама, сыртқы жарнама, сауда орындарындағы тауар жарнамасы, қызмет көрсету жарнамасы, саяси жарнама, қоғамдық жарнама, ұйымға арналған жарнама, сауда белгісіне арналған жарнама, жеке тұлғаға арналған жарнама, жарнамаға қатысты жалпы терминдер сияқты басты тақырыптар іріктеліп алынды.

Жарнама тілінің лексикалық қорын экономиканың, ғылымның, техниканың, мәдениеттің барлық салалары бойынша терминологиялық тұрғыда жетілдіру және жүйелеуді көздейтін сөздік сала мамандарына, жоғары оқу орны студенттері мен жалпы жұртшылыққа көмекші құрал бола алады деген үміттеміз.

Абсолютизм орыс. *абсолютизм* – бұл қазіргі уақытта Батыс Еуропаның бірқатар елдерінде қалыптасқан мемлекеттік жүйе, онда жоғарғы билік (әдетте монархиялық) өзінің шектеулеріне қарама-қарсы (Конституциялық мемлекеттерде) өкілді институттармен шектелмейді.

Абырой орыс. *достоинство* – адамгершілік-этикалық категория ретінде адамның өзін-өзі құрметтеуі және өзін-өзі бағалауы, адамның өзіндік құндылығы жағынан оның сипаттамасы, оның мақсатына сай болуы.

Автоброкер орыс. *автоброкер* (көне грек. *αὐτός* «өзі», ағылш. *broker* «делдал») – шертпе (клик) құнын оңтайландыру үшін контекстік жарнама жүйелеріндегі мөлшерлемелерді басқаруды автоматтандыру құралы.

Автобюджет орыс. *автобюджет* (көне грек. *αὐτός* «өзі», ағылш. *budget* «бюджет») – жарнама шығындарын бақылауға мүмкіндік беретін автоматты қызмет. Оның көмегімен сұраныстар бойынша мөлшерлемелерді басқаруға және бюджетті қатаң бақылауда ұстауға болады.

Автоматты сүзгі орыс. *автоворонка* – өте нақты, өтімді, тиімді жарнама беру тәртібі.

Автоматты таргеттеу орыс. *автотаргетинг* – жарнама берушілерге жарнамаға кілт сөздерін қолданбай бағыттауға мүмкіндік беретін Yandex технологиясы.

Авторитарлық көшбасшылық стилі орыс. *авторитарный стиль руководства* (фр. *autoritaire*, лат. *auctoritas* «билік, ықпал») – басшының ресми беделіне негізделген басқарушылық қызмет стилі.

Авторландыру орыс. *авторизация* (ағылш. *authorization* «рұқсат, уәкілеттік беру») – 1. белгілі бір тұлғаға немесе тұлғалар тобына белгілі бір әрекеттерді орындауға құқық беру; 2. сондай-ақ осы әрекеттерді орындауға әрекет жасаған кезде осы құқықтарды тексеру (растау) процесі.

Авторлық құқық орыс. *авторское право* – бағдарламалық бұйымды әзірлеуге қатысты автордың құқықтық жағдайын анықтайтын заң шығаратын нормалар жиынтығы.

Авторлық құқықты иелену орыс. *приобретение авторских прав* – белгілі бір туындыға қатысты жеке мүлік емес (автордың мерзімсіз әрекет ететін моральдық құқықтары) және мүліктік (автор басқа адамдарға бере алатын) сипаттағы айрықша құқықтардың жиынтығын алу.

Агент орыс. *агент* (лат. *agens (agent)* «белсенді, тексеруші») – кез-келген коммерциялық немесе мемлекеттік ұйымның қызметкері, оның өкілі және әртүрлі іскерлік тапсырмаларды орындайтын, жарнамалық уақытты, жарнама алаңдарын, маркетингтік келісімшарттарды, PR – науқандарды сатумен айналысатын маман.

Агенттік орыс. *агентство* (лат. *agens/agentis* «әрекет етуші») – ірі мекеменің, кәсіпорынның ісін жүйелі жүргізіп, тапсырмаларын орындайды, олардың өнімдерін тарату және сатумен айналысады. өкілетті мекеме, бөлімше.

Агрессия орыс. *агрессия* (лат. *aggressiō* «шабуыл») – адамдардың өмір сүру нормаларына қайшы келетін, шабуыл объектілеріне зиян келтіретін,

адамдарға физикалық, моральдық зиян келтіретін немесе психологиялық қолайсыздықты тудыратын дәлелді деструктивті мінез-құлық.

Ағымдағы баға орыс. *прейскурант* (нем. *preiskurant*, *preis* «баға», фр. *courant* «ағымдағы») – тауарлар мен қызметтердің нақты мерзім аралығындағы бағасы.

Адалдық бағдарламасы орыс. *программа лояльности* – болашақта бар клиенттерге қайта сатуды дамыту, оларға қосымша тауарлар мен қызметтерді сату, корпоративтік идеялар мен құндылықтарды және ықтимал пайдалы мінез-құлықтың басқа түрлерін жылжыту үшін жүргізілетін маркетингтік шаралар кешені.

Адалдық орыс. *лояльность* (ағылш. *loyalty* «адал») – брендке, компанияға, дүкенге немесе кәсіпорынға адалдық, кең мағынада рационалды және эмоционалды бастамасы бар бейжай емес оң көзқарас. Адалдықтың эмоционалды жағы компанияның құндылықтары, оның нарықтағы позициясы, жарнамалық бейнелері мен хабарламалары клиентке жақын екендігіне негізделген.

Адам ресурстарын инвестициялау орыс. *кадровые инвестиции* – ұйымның персоналға және оны дамытуға арналған ақшалай мәндегі шығындары.

Адами зияткерлік капитал орыс. *человеческий интеллектуальный капитал* – адамдарда олардың білімі, біліктілігі, кәсіби білімі, тәжірибесі түрінде көрініс табатын капитал.

Адами капитал орыс. *человеческий капитал* – адамның экономикалық құндылық әкелетін тәсілмен жұмысты орындауға ықпал ететін білімнің, дағдылардың, тәжірибенің және әлеуметтік қасиеттердің жиынтығы.

Адами ресурстар орыс. *человеческие ресурсы* – ұйымның қол жеткізілген құзыреттілік деңгейімен, қалауымен, уәждерімен, ұмтылыстарымен сипатталатын қызметкерлері.

Адресат орыс. *адресат* (фр. *adresser* «іздеу, бағыттау») – 1. саудада: атына аударым векселі берілген тұлға. 2. атына бірдеңе жіберілетін адам. 3) вексельде адресант көрсеткен тұлға.

Адхократия орыс. *адхократия* – дәстүрлі ірі бизнестің антитезасы болатын ашық, еркін, икемді, креативті, стихиялық кәсіпорын болып табылатын жоғары органикалық ұйымдық құрылым. А. көлденең немесе иерархиялық емес ұйымның сипаттамаларына ие.

Айдар жарнамасы орыс. *реклама рубричная* – мәтіндік жарнамалар жол бойынша төленеді. Мысал ретінде тақырыптық айдарларда орналастырылған бағандар, жолдар түрінде газеттер шығаратын жеке тұлғалардың жарнамалары.

Айдентика орыс. *айдентка* (ағылш. *corporate identity* «жеке») – 1. компанияның фирмалық стилі және оның корпоративтік сәйкестігінің маңызды элементі; 2. компанияның танымалдылығын, тұтынушылардың адалдығын арттыру.

Аймақтық жарнама орыс. *региональная реклама* – белгілі бір өңірдің ерекшеліктерін (дәстүрлері, тұрмыс – тіршілігі, өмір сүру деңгейі және т.б.) ескере отырып, сол аймақтың шеңберінде жүргізілетін жарнамалық науқан.

Айырбастауды онтайландыру орыс. *оптимизация конверсии* (лат. *optimum* «ең жақсы», *conventio* «жақындау, келісу») – бұл сайтқа немесе парақшаға кірушілер үшін жағымды тәжірибе жасау немесе клиенттерге айналатын кірушілердің пайызын арттыруға бағытталған әдіс.

Аккредиттеу орыс. *аккредитация*, (лат. *accredo* «сенемін») – кез келген ұйымның өкілетті өкілінің өз қызметкерін басқа мемлекетке, үкіметтік, қоғамдық және басқа да ұйымдарға, баспасөз орталығына жіберуі.

Актив орыс. *актив* – белгілі бір күнге ұйым мүлкінің құрамы мен құнын көрсететін баланстың бөлігі (сол жағы); заңды тұлғаға немесе кәсіпкерге тиесілі мүліктің жиынтығы.

Акустика орыс. *акустика* (грек. *akustikos* «естілетін, тыңдалатын») – физиканың ең төменгі жиіліктен ең жоғарғы жиілікке дейінгі аралығын қамтитын серпімді тербелістер мен толқындарды және олардың затпен өзара әсерлесуі мен түрліше қолданылуын зерттейтін саласы.

Акцентуация орыс. *акцентуация* (лат. *accentus* «стресс») – клиникалық нормаға жататын, кейбір ерекшеліктері шектен тыс күшейетін, соның салдарынан басқаларға қарсылықты сақтай отырып, кейбір психогендік әсерлерге селективті осалдық анықталатын сипаттық қасиет.

Ақ жағалар орыс. *белые воротнички* (ағылш. *white collar worker*) – ақпаратты сақтауды, пайдалануды және өңдеуді көздейтін ақыл-ой жұмысымен айналысатын жалдамалы қызметкер үшін Батыс әлеуметтануында қабылданған белгі: қызметкер, шенеунік, әкімші, менеджер.

Ақ парақ орыс. *белая книга* (ағылш. *white paper* «ақ парақ») – маркетингке саясаттан енген термин, оқырмандарға ақпарат беретін, мәселені түсінуге және шешуге көмектесетін белгілі бір тақырыптағы егжей-тегжейлі есеп немесе нұсқаулық.

Ақиқат орыс. *истина* – таным теориясының негізгі категориясы, адам ойының өмір шындығымен сәйкестілігі.

Ақпарат агенттігі орыс. *информационное агентство* – газет және хабар тарату ұйымдарының арасында ақпаратты жинау және оны таратумен айналысатын ұйым.

Ақпарат орыс. *информация* (лат. *Informatio* «түсіндіру, мазмұндау») – ұғымы күнделікті өмірден бастап техникалық салада пайдаланылатын көп мағыналы ұғым.

Ақпарат саясаты орыс. *информационная политика* – мемлекеттік органдардың қоғамдағы ақпараттар желісін дамытуға бағытталған реттеушілік қызметі.

Ақпаратты басқару орыс. *информационный менеджмент* – ақпаратты жинауға, басқаруға және бөлуге мамандандырылған менеджменттің арнайы саласы. Клиенттің күтуін болжау және кәсіпорынның функцияларын

ақпараттық қамтамасыз ету мақсатында ақпаратты жоспарлауды, құрылымын, бағалауды және таратуды ұйымдастыру мен бақылауды қамтиды.

Ақпаратты тасығыш орыс. *носитель информации* – қосымша құрылғыларды (мысалы, энергия көзін) пайдаланбай, өз құрылымында оған енгізілген ақпаратты сақтауға (тасымалдауға) қабілетті адам пайдаланатын кез келген материалдық объект немесе қоршаған орта.

Ақпараттық агенттік орыс. *информационное агентство* – бұқаралық ақпарат құралдарына қызмет көрсететін мамандандырылған ақпараттық кәсіпорын (ұйым, қызмет, орталық).

Ақпараттық блок орыс. *информационный блок* – біртектес ақпараттың әртүрлі түрлерін (блоктарын) каталогтауға және басқаруға мүмкіндік беретін модуль.

Ақпараттық делдалдар орыс. *информационные брокеры* – ақпаратты іздеу дағдылары жоқ соңғы тұтынушыға қызмет көрсететін ақпараттық қызметтер нарығындағы делдалдар.

Ақпараттық демеуші орыс. *информационный спонсор* – жарнама берушінің, яғни өзінің оқиғасы туралы кез келген ақпаратты жариялауды қалайтын адам мен белгілі бір жағдайда осы ақпаратты орналастыруға келісетін нақты ақпарат құралдарының арасындағы қатынас түрі.

Ақпараттық дизайн орыс. *информационный дизайн* — дизайн саласы, эргономиканы, функционалдылықты, адамның ақпаратты қабылдауының психологиялық критерийлерін, ақпаратты ұсынудың визуалды формаларының эстетикасын және басқа да кейбір факторларды ескере отырып, әр түрлі ақпаратты көркемдік-техникалық безендіру және ұсыну практикасы.

Ақпараттық жағдай орыс. *информационный повод* – бұл белгілі бір имиджді құруда, жаңалықтар арасына қоғамдастықтың көзқарасын қалыптастыруда немесе түзетуде тиімді құрал ретінде қызмет ететін оқиға.

Ақпараттық жағдай орыс. *информационный повод* (ағылш. *newsbreak, inject* «инфоповод») – қоғамдастықты қалыптастыруға және ақпараттық қолдауға, өзге көзқарасты қалыптастыруға, ақпараттық себеп мәніне көзқарасты түзетуге қызмет ететін оқиға.

Ақпараттық жинақ орыс. *информационный пакет* – компаниялардың баспасөз қызметтері бұқаралық ақпарат құралдарына үнемі жіберіп отыратын материал.

Ақпараттық қауіпсіздік орыс. *безопасность информационная* – мемлекеттік ақпараттық ресурстардың, сондай-ақ ақпарат саласында жеке адамның құқықтары мен қоғам мүдделері қорғалуының жай-күйі.

Ақпараттық қызмет орыс. *информационная служба* – ақпаратты жинау, өзгерту, сақтау, іздеу, тарату процестерінің жиынтығы.

Ақпараттық орта орыс. *информационная среда* – пәндік сала туралы ақпараттық жүйеде ашық түрде тіркелмеген ақпарат; әр түрлі пайдаланушылар әр алуан мағынада түсінуі және қолдануы мүмкін ақпарат.

Ақпараттық өріс орыс. *информационное поле* – ақпарат құрылатын, жолданатын және тұтынылатын кеңістік.

Ақпараттық пакет орыс. *информационный пакет* – арнайы оқиға үшін арнайы дайындалған брошюралар, тиісті фотосуреттер және БАҚ үшін дайындалған жаңалықтар жиынтығы.

Ақпараттық парақ орыс. *информационный лист* – белгілі бір мәселе бойынша қысқаша нысаналы ақпараттандыру нысаны.

Ақпараттық парақ орыс. *информационный лист* – мазмұны бойынша хатқа ұқсас, бірақ адресаттың атрибуттарынсыз мерзімді емес баспа материалы.

Ақпараттық саясат орыс. *информационная политика* – қоғамдағы ақпараттар желісін дамытуға бағытталған мемлекеттік органдардың реттеушілік қызметі.

Ақпараттық серіктестік немесе **инфопартнер** орыс. *инфопартнер* – маркетингтік әдіс, оның мәні сіз біреумен іс-шаралар, конференциялар, вебинарлар аясында серіктес боласыз және өз ресурстарыңызда ақпараттық серіктестердің өнімін немесе қызметін өзара жарнамалайсыз.

Ақпараттық хабарлама орыс. *информационное сообщение* – аудитория үшін жаңалық болып табылатын оқиға туралы ақпаратты беретін қысқа мәтін.

Ақпараттық хабарландыру орыс. *информационное сообщение* – бірдеңе туралы хабарлау мақсатында газетке, журналға, басылған немесе бір жерге ілініп қойылған мәтін.

Ақпараттық хат орыс. *информационное письмо* – бұл адресатқа кейбір фактілер немесе оқиғалар туралы хабарланатын іскерлік хабарламаның түрі.

Ақылы іздеу орыс. *платный поиск* – бұл іздеу жүйесінің нәтижелері арқылы веб-сайттарға мақсатты трафикті бағыттау үшін қолданылатын интернет-жарнама әдісі.

Алаяқтық орыс. *фрод* (ағылш. *fraud* «алаяқтық») – жарнама берушінің сатылым үшін қажет әрекеттерді жасаудың немесе оларды ұстап қалудың әртүрлі тәсілдері.

Алаяқтыққа қарсы орыс. *антифрод* (ағылш. *fraud* «алаяқтық») – жарнама берушінің тірек көрсеткіші, яғни өткізбеу немесе оларды ұстап қалудың әртүрлі тәсілдерін болдырмау үшін қолданылатын амал.

Алаяқтықты мониторингілеу орыс. *фрод-мониторинг* – бұл әдетте банк карталарымен төлеу кезінде алаяқтық жағдайларын бақылау, анықтау, тіркеу және алдын алу бойынша шаралар жиынтығы.

Алгоритм, орыс. *алгоритм* (ағылш. *algorithm, algorismus* «алгоритм») — бастапқы берілген мәліметтермен бір мәнде анықталатын нәтиже алу үшін қай амалды (жұмысты) қандай ретпен орындау қажеттігін белгілейтін есептерді (мәселелерді) шешу (математикалық есеп – қисаптар орындау, техникалық объектілерді жобалау, ғылыми – зерттеу жұмысын жүргізу т.б.) тәсілдерінің дәл сипаттамасы.

Алғыс парақшасы орыс. *страница благодарности* – тіркеу формасын толтырғаннан кейін, сатып алғаннан кейін немесе сіз мағыналы және ризашылыққа лайық деп санайтын басқа онлайн-әрекетті орындағаннан кейін әлеуетті сатып алушы кіретін бет.

Алдын ала төленген шығындар орыс. *аванс* (фр. *avance* «озу») – немесе алдын ала төлеу – екі қарсы міндеттеме болған кезде Тараптардың бірі екінші тарапқа қарсы міндеттемені орындау басталғанға дейін өз міндеттемесін орындау үшін беретін кейбір ақшалай сома немесе басқа мүліктік құндылық.

Алқалық орыс. *коллегиальность* – басқаруды уәкілетті тұлғалар тобы (алқа) жүзеге асыратын басқару қағидаты, олардың әрқайсысы белгілі бір қызмет саласы үшін дербес жауапты болады.

Алушы орыс. *получатель* – өзіне арналған қандай да бір құндылықтарды, жүктерді, хат-хабарларды алатын адам немесе мекеме.

Альтруизм орыс. *альтруизм* (лат. *alter* «өзге») – басқалардың мүддесі жолында өз мүддесінен бас тартуға дайын моральдық принцип, басқаларға риясыз қызмет етуге тырысу.

Аналогия әдісі орыс. *метод аналогий* – екі немесе бірнеше нәрселердің қайсы бір белгілері мен қасиеттерінің ұқсастығының негізінде ой қорытынды жасайтын ойлау формасы.

Анафора орыс. *анафора* (грек. *anaphora* «шығару, қайтару») – жарнамадағы поэтикалық қабылдау, онда бір сөз немесе дыбыс сөйлеудің іргелес сегменттерінің басында қайталаынады.

Анимация орыс. *анимация* (ағылш. *animation* «жанды») – сызылған немесе көлемді фигуралар қозғалысының дәйекті фазаларын киноға түсіру, нәтижесінде экранда көрсету кезінде көрермен олардың қозғалысының елесін жасайды.

Аннотация орыс. *аннотация* (лат. *annotatio* «ескерту, аңдату») – тауардың қысқаша мазмұнын, сондай-ақ сапалық қасиеттерін, бағытын, құндылығын түсіндіретін қысқаша сипаттама.

Аномия орыс. *аномия* (фр. *anomie* «жоқ болу») – қоғамның дағдарысына байланысты құндылықтар жүйесінің ыдырауымен сипатталатын жеке және қоғамдық сананың моральдық-психологиялық жағдайын білдіретін ұғым.

Антижанк маркетингі орыс. *антиджанк маркетинг* (ағылш. *junk* «қосу, біріктіру») – құны жоғары, сапасы төмен тауарлардан бас тартып, оны сапалы тауарға ауыстыру және танымал ету идеясын алға жылжыту.

Антрефиле орыс. *антрефиле* – шағын мақала немесе газет мақаласы. Компания, көрме, жәрмеңке және т.б. туралы ақпаратты жеткізу үшін қолданылады.

Антропоморфизм орыс. *антропоморфизм* (көне грек. *άνθρωπόμορφος* «адамтәрізді») – жарнамада өнімге адамға тән қасиеттерді бере отырып ұсыну әдісі. Ол көбіне өнімнің жеке қасиеттері нашар байқалатын және өнім

бәсекелес өнімдерден айтарлықтай ерекшеленбейтін жағдайларда қолданылады.

Анықтамалық маркетинг орыс. *реферальный маркетинг* – интернет-маркетинг нарығындағы салыстырмалы түрде жаңа құрал. Бұл қазіргі немесе әлеуетті сатып алушыларды әлеуметтік желілердегі ұсыныстар арқылы жарнамаға айналдыруға мүмкіндік береді.

Арбитрон орыс *арбитрон* (фр. *arbitrage* «аралық сот») – үйдегі теледидарларда орнатылған электрондық құрылғылардан алынған мәліметтер негізінде теледидар хабарының рейтингін жедел алу жүйесі.

Арнайы оқиғалар орыс. *специальные события* – жаңалық бола алатын жоспарланған оқиға.

Арнайы орналастыру орыс. *специализация* – Яндекстегі органикалық іздеу нәтижелерінің үстінде орналасқан жарнамалық блок.

Атау орыс. *нейминг* (ағылш. *naming* «атау») – компания, өнім немесе қызмет үшін бренд атауын әзірлеу процесі, компанияның маркетингтік стратегиясының маңызды бөлігі, брендтің орналасуының ажырамас бөлігі.

Атрибуция моделі орыс. *модель атрибуции* (лат. *modulus* «өлшем, шама», *attributio* «тіркеу, қосу») – пайдаланушының сайтқа өту көздері арасындағы конверсияларды, транзакцияларды және олардың ақшалай көрінісін бөлу принципі.

Аттракция орыс. *аттракция* (лат. *tractio* «тарту») – сыртқы сипат және алғашқы әсердің салдарынан бір затқа деген ұнату, қызығу сезімінің пайда болуы.

Аудиовизуалды жарнама орыс. *аудиовизуальная реклама* – пайдаланушыларға мәдени мекеме туралы ақпарат беріп қана қоймай, қоғамдық пікір қалыптастыруға, халықтың алдында беделін арттыруға мүмкіндік беретін сенімді жарнама құралы. Жарнаманың аудиовизуалды құралдарының санатына жарнамалық фильмдер, бейнефильмдер және слайд-фильмдер жатады.

Аудиометр орыс. *аудиометр* (лат. *audire* «есту» және грек. *metron* «өлшеу») – есту өткірлігін дәл өлшеуге арналған электроакустикалық аспап.

Аудитория орыс. *аудитория* (лат. *auditorium* «тыңдауға арналған орын») – оқу орнында немесе өзге де қоғамдық ғимаратта көпшілік алдында ауызша сөйлеуге арналған үй-жай.

Аудитория өзегі орыс. *ядро аудитории* – сайтқа кірушілердің негізгі көрсеткіші, сандық сипаттама.

Аудиторияны бағыттау орыс. *аудиторный таргетинг* – жарнамалық хабарламаны интернет кеңістігінде ұсынылған бүкіл аудиторияға емес, тек көрсетілген аудитория сегментінде қалыптасқан және көрсетілген критерийлер мен мәліметтерге сәйкес келетін бөлігіне көрсетуге мүмкіндік беретін интернет-жарнама механизмі.

Аудиторияны жинақтау немесе **мақсатты аудитория** орыс. *накопление аудитории* немесе *целевая аудитория* (ағыл. *audience accumulation* «адамдар жиыны») – сіздің тұтынушыларыңыз бола алатын,

сіздің ұсынысыңызды, өніміңізді немесе қызметіңізді пайдалана алатын адамдар тобы.

Аудиторияны сегменттеу орыс *сегментирование аудитории* (лат. *segmentation* «бөлу») – әлеуетті сатып алушыларды олардың сұраныстарының ұқсастықтарына қарай белгілі бір топтарға бөлу. Осы топтардың қажеттіліктерін қамтамасыз ете отырып, сатушы өз өнімін немесе қызметін жақсы өткізе алады.

Аудиторияны шоғырландыру орыс. *аккумуляция аудитории* (лат. *accumulatio* «жинақтау») – «өз» аудиториясын жарнамаға жинау, сол арқылы олар жарнамалық ақпаратты қайталауға, сондай-ақ әртүрлі әсер ету арналарын – радио, теледидар, баспасөз, сыртқы жарнама, яғни кешенді жарнамалық науқандар арқылы ақпаратты өңдеуге қол жеткізеді.

Аутлет-центр орыс. *аутлет-центр* – белгілі жеңілдіктермен танымал брендтерді сатуға мамандандырылған сауда орталығының форматы.

Ауызша жарнама орыс. *устная реклама* – достарына, көршілеріне және таныстарына тауардың құндылығы туралы айтатын сатып алушының жаңа өнімді немесе қызметті жарнамалауы, әсіресе егер бұл бұқаралық ақпарат құралдарында өнім немесе қызмет жарнамасы басталмай тұрып орын алса.

Ауызша қарым-қатынас орыс. *вербальные коммуникации* – адам үшін бұл коммуникацияның басты және әмбебап тәсілі.

Ауырсыну нүктелері орыс. *болевые точки* – клиенттің қанағаттандырылмаған қажеттілікке байланысты маркетингтік шаралардың ыңғайсыздық жағдайы. Кез келген бизнестің міндеті – бұл наразылықты олардың ұсынысы арқылы жою.

Афиша, жарқағаз орыс. *афиша* (фр. *affiche* «қабырғаға ілінген хабарландыру») – көшелерде желімделген, театр есіктеріне ілінген, сахнадан театр әкімшісі жариялаған ақпарат.

Ашық қоғамдастық орыс. *открытая общественность* (лат. *publicus* «қоғамдық») – 1. адамдардың (көрсеткіштер, тыңдаушылар, келушілер т.б.) ауқымды тобы; 2. жабық (дәстүрлі) қоғамға және әртүрлі тоталитарлық режимдерге қарсы тұратын қоғамның демократиялық түрі.

Ашық экономикалық жүйе орыс. *открытая экономическая система* (фр. *système* «тұтас, құрамдас бөлік») – экономикалық өнімді өндіру, бөлу, айырбастау, тұтыну барысында туындайтын негізгі экономикалық қатынастардың нысаны мен мазмұнын айқындайтын қағидаттардың, ережелердің, заң жүзінде баянды етілген нормалардың тарихи тұрғыда пайда болған немесе белгіленген, елде жұмыс істеп тұрған жиынтығы.

Ашықхат орыс. *открытка, открытое письмо* – бір немесе екі жағынан мөр басылған, адресат пен адресанттың мекенжайын жазатын арнайы жолдары бар қатты басылым.

Ашылмалы мәзір орыс. *выпадающее меню* – пайдаланушыға алдын ала анықталған тізімнен бір мәнді таңдауға мүмкіндік беретін ауыспалы мәзір.

Әдепке жат жарнама орыс *неэтичная реклама* (ағылш. *reclaim* «өзіне назар аударту») – нәсіліне, ұлтына, кәсібіне, әлеуметтік санатына, жас ерекшелігіне қатысты бейпіл сөздерді, теңеулерді пайдалану арқылы жалпы қабылданған адамгершілік пен мораль нормаларын бұзатын мәтіндік, көрнекі, дыбыстық ақпарат.

Әкімгершілік орыс. *авторитаризм* (лат. *auctoritas* «билік, ықпал») – азаматтар үшін экономикалық, азаматтық, рухани бостандықтарды сақтай отырып, бір адамның (президент, монарх, премьер – министр) немесе адамдар тобының (мысалы, белгілі бір партияның) күшті орталықтандырылған билігіне негізделген демократиялық емес саяси режим түрі.

Әкімшілік құқық бұзушылық орыс. *административное правонарушение* – мемлекеттік немесе қоғамдық тәртіпке, азаматтардың жеке меншігіне, құқылары мен бостандықтарына, белгіленген басқару тәртібіне нұқсан келтіретін кінәлі (қасақана немесе абайсыз істелген) әрекет немесе әрекетсіздік.

Әкімшілік озбырлық орыс. *административный произвол* – басшы немесе кез келген басқа лауазымды адам өзінің қызметтік міндеттерін орындаған кездегі қасақаналық пен деспотизмнің көрінісі. Ә.о. бұйрықтар немесе ауызша нұсқаулар беру және т.б. арқылы бюрократиялық басқару түрінде көрінеді.

Әкімшілік ресурс орыс. *административный ресурс* – жекелеген шенеуніктер мен мемлекеттік институттардың ықпал ету ресурсы.

Әкімшілік тәртіп орыс. *административные регламенты* – мемлекеттік органдардың азаматтар мен ұйымдарға қызмет көрсетуін реттейтін ресми құжаты. Атқарушы органның, оның құрылымдық бөлімшелерінің және лауазымды адамдардың мемлекеттік функцияларды орындау процесінде өз өкілеттіктерін жүзеге асыруға бағытталған іс-әрекеттерінің (шешімдерінің) міндетті тәртібі.

Әлеумет орыс. *общественность* – әлеуметтік ұйым іштей байланысқа түсетін бір немесе бірнеше жеке не заңды тұлғалар.

Әлеуметпен байланыс орыс. *публик-релейшнз* (ағылш. *public relations* «қоғаммен байланыс») – 1. компаниялардың, фирмалардың қоғамдық ұйымдар мен коммерциялық емес байланыстарының бұқаралық ақпарат құралдары арқылы қоғамдық пікірге ықпал ету жүйесі; 2. фирмалардың танымалдылығын арттыру, ұйым мен жұртшылық арасындағы өзара түсіністікке және ынтымақтастыққа қол жеткізу мақсатында қолданылатын имидждік жарнамалық қызмет түрі.

Әлеуметтік әріптестік орыс. *социальное партнерство* – өндірістік процеске қатысушылардың қызметкерлер мен жұмыс берушілердің мүдделерін тең ынтымақтастыққа негізделген үйлестіру институттары мен тетіктерінің жүйесі.

Әлеуметтік жарнама орыс. *социальная реклама* – бұл әлеуметтік мінез-құлық үлгілерін өзгертуге және әлеуметтік маңызды құбылыстар мен

проблемаларға назар аударуға бағытталған жарнама. Қоғамды ізгілендіруге де, қоғамдық игілік тұрғысынан пайдалы жеке мақсаттарға қол жеткізуге ықпал ететін әлеуметтік идеяларды, мінез-құлық пен тәжірибені жеке емес ұсыну мен жылжытудың ерекше формасы;

Әлеуметтік желілер орыс. *социальные сети* – қазіргі уақытта бұл сайттар әртүрлі және фото, видео бөлісу және блог жүргізу сияқты жаңа ақпараттық және коммуникациялық құралдарды қамтиды.

Әлеуметтік желілердегі жарнамалық науқан орыс. *кампания в соцсетях* (лат. *campus, campania* «өріс, дала») – белгілі бір маркетингтік мақсатқа жету үшін ортақ идея мен тұжырымдамамен біріктірілген әлеуметтік желілердің әртүрлі интернет-сайттарында жүзеге асырылатын жоспарланған жарнамалық іс-шаралардың мақсатты жүйесі.

Әлеуметтік инженерия орыс. *инженерия социальная* – ақпараттық қауіпсіздік жағдайында белгілі бір іс-әрекеттерді жасау немесе құпия ақпаратты жария ету мақсатында адамдарға психологиялық айла-шарғы жасау.

Әлеуметтік инженерия орыс. *социальная инженерия* – ақпараттық қауіпсіздік контекстінде – белгілі бір әрекеттерді орындау немесе құпия ақпаратты жариялау мақсатында адамдарды психологиялық айла-шарғы жасау.

Әлеуметтік кепілдіктер орыс. *социальные гарантии* (ағылш. *social guarantees* «қоғамдық») – қоғам мүшелерінің әлеуметтік-экономикалық және әлеуметтік-саяси құқықтары саласында тіршілік ету жағдайларын қамтамасыз ететін құралдар, тәсілдер мен шарттар.

Әлеуметтік коммуникация орыс. *социальная коммуникация* – әлеуметтік өзара әрекеттесу субъектілеріне де, жалпы қоғамға да әсер ететін мағыналық және бағалау әлеуметтік маңызды ақпарат субъектілері арасындағы өзара алмасу.

Әлеуметтік қабаттар орыс. *социальные слои* – кейбір жалпы белгілер негізінде бөлінген әлеуметтік топтың тағайындалуы., білікті жұмысшылар, зейнеткерлер және т. б.

Әлеуметтік құрылым орыс. *социальная структура* – қоғамның ішкі құрылымын құрайтын өзара байланысты элементтердің жиынтығы.

Әлеуметтік мақұлдау орыс *социальное одобрение* (ағылш. *social proof* «дәлел») – бұл термин маркетинг саласына психологиядан енген, шешім қабылдауда адамдардың іс-әрекеттері мен олардың таңдау қабілетіне бейсаналы түрде әсер ететін әлеуметтік танымды қалыптастыру.

Әлеуметтік сала орыс. *социальная сфера* – адамдардың өмір салты мен деңгейін, олардың әл-ауқатын тікелей байланыстыратын және айқындайтын салалардың, кәсіпорындардың, ұйымдардың жиынтығы; тұтыну.

Әлеуметтік саясат орыс. *социальная политика* – әлеуметтік бағдарламаларды жүзеге асыруға, халықтың табысын, өмір сүру деңгейін қолдауға, жұмыспен қамтуды қамтамасыз етуге, әлеуметтік сала салаларын

қолдауға, әлеуметтік жанжалдардың алдын алуға бағытталған шаралар жүйесі.

Әлеуметтік технология орыс. *технология социальная* – бұл әлеуметтік жоспарлау мен даму процесінде мақсаттарға жету, әртүрлі әлеуметтік мәселелерді шешу, адамдардың санасын, мәдени, саяси және әлеуметтік құрылымдарды, жүйелерді немесе жағдайларды өзгертетін коммуникативті әсерлерді жобалау және жүзеге асыру үшін қолданылатын әдістер мен әсерлердің жиынтығы.

Әңгімелесу орыс. *конверсация* (лат. *conversatio* «әңгімелесу, сөйлесу») – біреумен сөйлесу, әңгіме.

Әртараптандыру орыс. *диверсификация* – шығарылатын өнім ассортиментін кеңейту және өткізу нарықтарын қайта бағдарлау, өндіріс тиімділігін арттыру, экономикалық пайда алу, банкроттықты болдырмау мақсатында өндірістің жаңа түрлерін игеру.

Әртараптандыру орыс. *диверсификация* (лат. *diversificatio* «өзгеру») – шығарылатын өнімнің түрлерін кеңейту және өткізу нарықтарын қайта бағдарлау, өндіріс тиімділігін арттыру, экономикалық пайда алу, банкроттықты болдырмау мақсатында өндірістің жаңа түрлерін игеру.

Әсер ету аймағы орыс. *область воздействия* – жарнама жететін нақты бір өңірдегі адамдардың саны.

Әсер ету орыс. *влияние* – адамға не өзге жанды-жансыз дүниеге сырттағы құбылыстан, іс-әрекеттен болатын ықпал ету.

Әсер етуші агент орыс. *агент влияния* (лат. *agens (agent)* «белсенді, тексеруші») – кез келген ұйымның идеяларын осы ұйымға жатпайтын адамдар арасында тарататын адам.

Әуе жарнамасы орыс. *авиареклама* – ұшақтарды, тікұшақтарды, әуе шарларын қолданып жарнамалық хабарларды тарату және көрсету.

Әуелгі тестілеу орыс. *предтестирование* (ағылш. *test* «сынау») – жарнамалық қызметті бақылау жүйесінің элементі; жарнамалық хабарламаның тиімділігі кең ауқымды практикалық зерттеулерді іске асыру сәтіне дейін анықталады.

Әшекейлеу орыс. *декорировать* – талғампаз, әдемі көрініс беру, көркем безендіру, безендіру.

Баға орыс. *цена* – тауар құнының ақшалай көрінісі, яғни тауардың немесе қызметтер көрсетудің бір өлшемі үшін төленетін және алынатын ақша мөлшері.

Бағалар тізімі орыс. *прайс – лист* (ағылш. *price list, price list* «баға, құн», *list* «тізім») – тауарлар мен қызметтердің құны мен тізімі.

Бағалық икемділік орыс. *ценовая эластичность* – қазіргі микроэкономикада сұраныстың өзгеруі мен бағаның өзгеруі арасындағы қатынастар көрсеткіші.

Бағатүзілім әдістері орыс. *методы ценообразования* – өнімдер мен қызметтерге бағаны қалыптастыру кезінде қолданылатын әдістер.

Бағынышты орыс. *подчиненный* – лауазымы бойынша аға қызметкерге қызмет бойынша бағынатын лауазымды тұлға.

Базар орыс. *базар* – көбінесе минималды жабдықталған немесе жабдықталмаған сауда орталықтары бар немесе тіпті ашық аспан астындағы сауда орталығының жалпы атауы.

Байланыс арнасы орыс. *канал коммуникации* – адресаттан адресатқа ақпаратты тарату жолдары мен құралдары.

Байланыс арнасы орыс. *канал коммуникации* – байланыс субъектісі (дереккөз) өзінің мақсатты аудиториясына (адресатына) хабарлама жіберетін құрал.

Байланыс арнасы орыс. *канал связи* (ағылш. *channel, data line* «канал») – деректерді жіберушіден алушыға біржақты беру үшін техникалық құралдар жүйесі және сигналдарды тарату ортасы.

Байланыс аудиті орыс. *аудит коммуникационный* (лат. *audio* «естимін», *comunico* «байланыстыру, жалғау») – үшінші тарап мамандары жүзеге асыратын, ұйым арқылы өтетін сыртқы және ішкі байланыс ағындары, сондай-ақ сыртқы әлемдегі бренд туралы ақпаратты жүйелеуге және мақсатты аудиторияларда қалыптасқан компанияның бейнесін ұсынуға мүмкіндік беретін байланыс арналары.

Байланыс желісі орыс. *коммуникационная сеть* – байланыс объектілерін, цифрлы деректерді (мәліметтерді) өзара жалғастыратын құралдар жүйесі. Ол сымды байланыс желісі, радиорелелі байланыс желісі, оптикалық байланыс желісі, акустикалық байланыс желісі, т.б. болып ажыратылады.

Байланыс жиілігі орыс. *частота контакта* (ағылш. *frequency* «жиілік») – аудиторияның бір өкілінің жарнамалық науқан кезіндегі оқиғамен байланыс саны. Бұл термин медиа-жоспарлауда қолданылады.

Байланыс кедергілері орыс. *барьеры коммуникации* – коммуникатор мен реципиент арасындағы байланысқа барабар қабылдауға; коммуникация процесінде хабарламаларды түсінуге және игеруге мүмкіндік бермейтін кедергілер.

Байланыс орыс. *ассоциация* (лат. *associatio* «қосылыс») – жеке адамның тәжірибесінде пайда болатын сананың екі мазмұны (сезімдер, идеялар, ойлар, сезімдер және т.б.) арасындағы табиғи байланыс.

Байланыс орыс. *коммуникация* – әлеуметтік өзара әрекеттесуді орнатуға қызмет ететін адресат пен адресат (коммуниканттар) арасында ақпарат алмасу процесі.

Байланыс саясаты орыс. *коммуникативная политика* – ынталандыру кешенін, яғни бизнес – серіктестердің тиімді өзара іс-қимылын қамтамасыз ету, жарнаманы ұйымдастыру, өткізуді ынталандыру әдістері, жұртшылықпен байланыс және жеке сату бойынша іс-шараларды әзірлеу.

Байланысты басқару орыс. *коммуникационный менеджмент* – келісімге, ынтымақтастыққа және қоғамдық тануға қол жеткізуге

бағытталған коммуникацияларды басқарудың теориясы мен практикасы (ұйым ішінде де, ұйым мен оған сәйкес келетін адамдар тобы арасында да).

БАҚ орыс. *media* (ағылш. *media*, лат. *medium* «делдал») – коммуникация құралдарын, ақпаратты беру тәсілдерін, сондай-ақ олар түзетін органы (медиакеңістікті) қамтитын ауқымды ұғым.

Бақылау бірлігі орыс. *единица наблюдения* – ерекшеліктерді тасымалдаушы болып табылатын статистикалық байқау объектісінің бастапқы элементі.

Бақылау орны орыс. *чекпоинт* (ағылш. *checkpoint* «бақылау нүктесі») – кіреберіс жерге орналастырылып, ұрлыққы қарсы қолданылатын қақпашаларға ілінеді. Сәндік және жарнамалық мақсаттарда қолданылады.

Бақылау сұрақтары әдісі орыс. *метод контрольных вопросов* – бұл шығармашылық мәселенің ең күшті шешімін табуда объектінің әртүрлі түрлендірулеріне тапсырыс беру.

Балама мәтін орыс. *альтернативный текст* – суреттерді көрсету браузерде өшірілгенде немесе оларды жүктеу кезінде сурет туралы мәтіндік ақпарат алуға мүмкіндік береді.

Бандл орыс. *бандл* (ағылш. *bundle* «жиын») – бірлік ретінде сатылатын бірнеше өнімнен тұратын жиынтық.

Баннер (ағыл. *banner* «ту») – белгілі бір тауарды немесе қызметті жарнамалау және оған тұтынушыларды тарту мақсатында қолданылатын, қалың баннерлік материалдан жасалған жарнамалық-графикалық бейне немесе сурет.

Баннерлік желі орыс. *баннерная сеть* – қатысушылардың баннерлері, сондай-ақ баннерлік желі иесіне өз баннерлерін орналастыру ақысын төлеген компаниялардың баннерлері белгілі бір шарттар бойынша орналастырылатын сайттар бірлестігі.

Баннерлік соқырлық орыс. *баннерная слепота* – пайдаланушылар сайттарға кірген кезде баннерлік жарнамаларды немесе оған ұқсас заттарды елемейтін құбылыс.

Бас тартулар көрсеткіші орыс. *показатель отказов* – параққа кіргеннен кейін ешқандай әрекет жасамайтын (басқа параққа өту, пікір қалдыру, себетіне тауар салу және т.б.) келушілердің пайыздық көрсеткіші.

Басжиынтық, басты жиынтық орыс. *генеральная совокупность* (лат. *generis* «жалпы, рулық») – нақты міндетті зерделеу кезінде қорытынды жасау көзделетін барлық объектілердің (бірліктердің) жиынтығы.

Басқару функциялары орыс. *функции управления* – белгілі бір негізде салыстырмалы түрде біртекті және басқарудың жалпы мақсатына жетуге бағытталған әрекеттер жиынтығы.

Басорама орыс. *басорама* – көлік құралдарының төбесіне орнатылған жарықтандырылған жарнама тақтасы (автобустар, такси).

Баспаға шығарылатын жарнама орыс. *печатная реклама* – жарнамалық өтініштерді таратудың негізгі арналарының бірі және баспа

жарнамасы – коммерциялық хабарламаларды таратудың ең көне түрлерінің бірі.

Баспасөз жарнамасы орыс. *прессовая реклама* – баспасөздегі жарнамамен бірдей.

Баспасөз конференциясы немесе пресс конференция орыс. *пресс конференция* – қоғамдық маңызы бар жаңалықтар немесе кез келген басқа себеп болған және осы жаңалыққа немесе себепке тікелей байланысты ұйым немесе жеке тұлға осы мәселе бойынша өз түсініктемелерін бергісі келген жағдайларда өткізілетін БАҚ – қа арналған іс-шара.

Баспасөз конференциясы орыс. *пресс-конференция* (фр. *presse, presser* «басу, жаныштау», лат. *conferentia* «жиналыс») – қоғамдық маңызы бар жаңалықтар болған кезде осы жаңалықпен тікелей байланысты ұйым немесе жеке белгілі тұлғаның жаңалық туралы өз пікірін білдіру мақсатында бұқаралық ақпарат құралдары өкілдерімен кездесуі.

Баспасөз қызметі орыс. *пресс-служба* – осы құрылымның баспасөзбен және өзге де БАҚ-пен өзара іс-қимылын жүзеге асыратын ұйымның, мемлекеттік мекеменің немесе билік органының бөлімшесі.

Баспасөз мониторингі/талдауы орыс. *мониторинг/анализ прессы* – белгілі бір тақырып бойынша және белгілі бір мерзімге арналған баспа басылымдарындағы, онлайн басылымдардағы, ақпараттық агенттіктердегі, радиодағы немесе теледидардағы хабарламалар мен жарияланымдарды бақылау.

Баспасөз хатшысы орыс. *пресс – секретарь* – жеке тұлғаның немесе компанияның мүдделерін білдіретін БАҚ-пен және жұртшылықпен байланысатын адам. Оның міндеттеріне ақпаратты бақылау, PR акцияларын дайындау және оларды бақылау, баспасөз хабарламаларын дайындау кіреді.

Баспасөздегі жарияланымдар мониторингі орыс. *мониторинг публикаций в прессе* (ағылш. *monitoring*, лат. *monitor* «ескерту жасаушы, қадағалаушы, алдын алушы») – бұқаралық ақпарат құралдарының өнімін жинау және оны сол елдің заңнамасын сақтау тұрғысынан талдау процесі.

Бастама орыс. *зачин* – бұл слоганды ашатын және ақпараттық блоктың алдындағы жарнамалық үндеудің бөлігі ретінде қарастырылады.

Бастапқы ақпарат орыс. *первичная информация* (лат. *informātiō* «түсіндіру, ұғым, бір нәрсе туралы түсінік») – арнайы зерттеу әдістері мен рәсімдерін пайдалана отырып, қандай да бір нақты мақсат үшін алғаш рет жиналған ақпарат.

Бастапқы аудитория орыс. *первичная аудитория* (лат. *audītōrium* «тыңдаушыларға арналған зал») – бұл мәліметті тікелей бұқаралық ақпарат құралдарынан алатын аудитория.

Бастапқы жарнама орыс. *первоначальная реклама* (лат. *reclamāre* «қышқыру», ағылш. *reclaim* «өзіне назар аударту») – нақты бір нарық үшін жаңа тауарды ықтимал сатып алушылардың белгіленген шеңберіне жаңа тауардың тұтынушылық қасиеттерін, бағасын және т.б. ерекшеліктерін егжей – тегжейлі таныстыра отырып берілетін жарнама.

Бастапқы маркетингтік ақпарат орыс. *первичная маркетинговая информация* (лат. *mercātus* «сату», *informātiō* «түсіндіру, ұғым, бір нәрсе туралы түсінік») – бұл нақты маркетингтік мәселені шешу үшін арнайы жүргізілген далалық зерттеулер нәтижесінде алынған мәліметтер.

Басты уақыт орыс. *прайм – тайм* (ағылш. *prime time* «басты уақыт») – оны «қарбалас сәт» деп аударуға да болады, яғни күннің теледидар экрандарында ең көп көрермен жиналатын бөлігі. Сөзбе-сөз аударғанда, «бірінші (рейтинг бойынша) уақыт» – жарнамасының ең көп қаралуын қалайтын жарнама берушілер үшін ең танымал уақыт.

Бәсеке орыс. *конкуренция* — экономикалық факторлар арасындағы өндіріс факторларын тиімді пайдалану үшін, оның барлық қатысушылары үшін бірыңғай ережелермен күрес.

Бәсеке орыс. *конкуренция* (лат. *concurrentia* «соқтығысу, қашу») – бақталастық.

Бәсекелестерді талдау орыс. *анализ конкурентов* (ағылш. *competitor analysis* «талдау») – ұқсас немесе ұқсас таушаларды иеленген және қызметі тікелей немесе жанама әсер етуі мүмкін компаниялардың қызметі туралы пайдалы ақпарат алу, маркетинг және стратегиялық басқару қазіргі және әлеуеттің күшті және әлсіз жақтарын бағалау.

Бәсекелестік артықшылығы орыс. *конкурентное преимущество* – экономикалық субъектіде осы экономикалық субъектіні нарықтағы басқа ұқсас субъектілерден тиімді ажырататын бірегей сипаттамалардың болуын білдіретін экономикалық санат.

Бәсекелестік орыс. *конкуренция* – кез келген нәрсені сатып алғысы немесе сатқысы келетін адам әртүрлі жеткізушілер немесе сатып алушылар арасында таңдай алатын жағдай.

Бедел орыс. *репутация* – біреудің, бір заттың артықшылығы немесе кемшіліктері туралы қалыптасқан жалпы пікір.

Бедел орыс. *репутация* (ағылш. *reputation* «репутация») – белгілі бір субъектілер тобы үшін белгілі бір критерийлер негізінде адам немесе ұйым туралы қалыптасқан пікір.

Беделді жарнама орыс. *престижная реклама* – ұйымның, компанияның немесе жеке тұлғаның ұзақ мерзімді имиджін қалыптастыру мақсатында жарнамалық қызмет.

Беделді сайт орыс. *авторитетный сайт* (лат. *auctoritas* «танымал») – сенімді, дәл және шынайы ақпарат көзі.

Беделді технологиялар орыс. *репутационные технологии* – семантикалық мақсат, ақпараттық өнім, техникалық қолдау, ұйымдастыру формалары.

Бедерлеу, өрнек салу орыс. *тиснение* – былғары, металл бет, барқыт және басқа да материалдарды (картон және т. б.) ою арқылы бедерлі кескіндерді алу үшін көркем өңдеу техникасы.

Безендіру орыс. *декорирование* (лат. *decoro* «безендіремін») – бұйымдарды әр түрлі тәсілмен безендіру процесі.

Бейвербалды қарым-қатынас орыс. *невербальное общение* (лат. *verbalis* «ауызша, ауызекі», *communication* «байланысу, бірлесе жасау») – сөздер мен басқа да тілдік бірліктерге сүйенбейтін ым-ишара тілі. Адамды оның вербалды емес сигналдар жүйесі: ым-ишара, жесттер, позалар, сөйлеу, жазу ерекшеліктерін бақылау, талдау және зерттеу.

Бейнежарнама орыс. *видеореклама* – компанияның имиджін құруға, қызметтерді немесе тауарларды жылжытуға, сатуды ұлғайту мақсатында ақпарат беруге бағытталған интернетте орналастырылған жарнаманың түрі.

Бейнеконференция орыс. *видеоконференция* – компьютерлік технологияның аппараттық және бағдарламалық құралдарын қолдана отырып, нақты уақыт режимінде бейне ақпаратты екі жақты беруді, өңдеуді, түрлендіруді және қашықтықтан ұсынуды қамтамасыз ететін ақпараттық технологияның саласы.

Бейнемәтін орыс. *видеотекст* – интерактивті бейнеграфикалық аппарат жүйесін көрсететін (білдіретін) жалпы термин; компьютер дисплейі немесе бейнебақылау құрылғысы арқылы үйдегі теледидар экранына кабельді телефон арқылы мәліметтерді беру және көрсету.

Бейнеролик орыс. *видеоролик* – қысқа уақыт ішінде көркем түсірілген кадрлар тізбегі.

Бейнефильм орыс. *видеофильм* – магниттік таспада немесе кейінірек көрсету үшін оптикалық дискіде жазылған фильм.

Бейілділік орыс. *лояльность* (фр. *loyal* «дұрыс») – біреуге немесе бір нәрсеге деген дұрыс, сенімді қатынас.

Бейімделу орыс. *адаптация* (лат. *adapto* «бейім») – техникалық жүйенің сыртқы орта жағдайларының өзгеруіне байланысты ол туралы ақпарат жинау және оны пайдалану арқылы өз қалып-күйлерін (жұмыс істеу алгоритмін, параметрін, құрылымын) өзгертуі.

Белгі орыс. *марка* – бір сатушының немесе сатушылар тобының тауарларын немесе қызметтерін сәйкестендіруге және оларды бәсекелестердің тауарлары мен қызметтерінен ажыратуға арналған атау, термин, белгі, символ, сурет немесе олардың үйлесімі.

Белгі/төсбелгі орыс. *бейдж/бейджик* (ағылш. *badge* «төсбелгі») – белгілі бір адам жайында жеке ақпарат жазылған төсбелгі, жапсырма немесе карточка. Бейжде көбіне адамның аты-жөні, лауазымы, жұмыс орны сынды мәліметтер көрсетіледі.

Белгісіз орыс. *неизвестное* – анық емес, беймәлім.

Белгіше орыс. *значок* – сурет, графикалық интерфейс элементі.

Белгіше орыс. *иконка* (ағылш. *icon* «белгі») – графикалық интерфейс элементі, қолданбаны, файлды, терезені, функционалдық батырманы, бөлімді және т.б. бейнелейтін шағын сурет. Әдетте, тінтуірмен белгішені басқанда, кейбір әрекеттер орындалады. Веб-сайттарда сілтеме жанында белгіше жиі орналасады және сілтеменің мазмұнын визуалды түрде сипаттайды.

Бенчмаркинг орыс. *бенчмаркинг* (ағылш. *benchmarking* «табу, жетілдіру») – өз жұмысын жақсарту мақсатында кәсіпорынның тиімді жұмыс

істеуін жолдарын айқындау, түсіну және бейімдеу үшін эталондық көрсеткіштер негізінде салыстырмалы талдау жасау.

Бестселлер (ағылш. *best seller* «ең көп сатылатын») – ең көп сатылатын тізімге енген танымал кітап немесе басқа тираждалған басылым (мысалы, музыкалық альбом, компьютерлік ойын).

Бет көріністері (қарау) орыс. *просмотры страницы* – келуші оған ауысқан кезде сайт бетін жүктеу.

Бетбасы орыс. *заставка* – қолжазбаның, басылған кітаптың, журналдың бөлігін бөлектейтін және безендіретін шағын декоративті немесе кескіндеме (кейде сюжеттік) композиция.

Бетбелгі орыс. *бул-марк* – журналға немесе кітапқа енгізілген жарнамалық ақпараты бар түрлі-түсті белгі.

Биддер орыс. *биддер* (ағылш. *bid* «мөлшерлеме») – контекстік жарнамадағы өтінімдерді автоматты басқару қызметі, жарнаманы орналастырудың таңдалған позициясын сақтайды. Биддерлерді бид-менеджерлер деп те атайды. Сауда-саттыққа қатысушы тарифтерді басқару жұмысын толық автоматты каналға көшіруге көмектеседі, оның көмегімен тариф аукцион кезінде адамның араласуынсыз реттеледі.

Биеннале орыс. *биеннале* (лат. *bis* «екі рет», *annus* «жыл») – екі жылда бір болатын мәдени өмірдің оқиғасы (фестиваль, көрме, байқау).

Бизнес – бюллетень орыс. *бизнес – бюллетень* – белгілі бір нарық мамандары, мемлекеттік қызметкерлер немесе мемлекеттік қызметкерлер үшін арнайы басылым. Клиенттің мәселелерін жариялауға және назар аударуға, нарықта сарапшы болуға, өз мүдделерін қорғауға, компания туралы хабардар болуды және т.б. арттыруға мүмкіндік береді.

Бизнес-жоспар орыс. *бизнес-план* – бизнеске қатысты барлық сұрақтарға жауап беретін және компанияның ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді жұмысына жан-жақты қарауды қамтамасыз ететін және ағымдағы жоспарлар мен стратегиялардың өзгеруімен бірге өңделетін құжат.

Бизнес-портфель орыс. *бизнес-портфель* – қызмет түрлерінің жиынтығы (қызмет саласы) және компания немесе маркетинг менеджері айналысатын тауарлар.

Билборд орыс. *билборд* (ағылш. *billboard* «жарнамалау, тақта») – қала көшелері мен автокөлік жолдары бойына орнатылған қандай да бір тауар, өнім не қызметті әйгілейтін ақпарат берілген тақта, қалқан.

Бинго-картасы орыс. *бинго карта* – қалың оқырманға басылымда жарнамаланатын өнімдер туралы ақпарат сұрауға мүмкіндік беретін басылымның арнайы бөлімі.

Бликфанг орыс. *бликфанг* – жарнама хабарламасында бақылаушының назарын аударатын және кешіктіретін объект, визуалды немесе дыбыстық элемент.

Блиц-ролик орыс. *блиц-ролик* – жарнамалық материалдың сюжеті, қысқа теледидарлық ролик. Б. – р. компания, өнім, қызмет туралы еске салу үшін қолданылады. Б. – р. мәтіні минималды, өйткені визуалды бейнелерді

аудитория мәтінге қарағанда тезірек қабылдайды. Б. – р. ұзақтығы әдетте 15 – 20 с.

Боди-стенд орыс. *боди-стенд* – адамның дене мүсінінің биіктігіндей болатын картон қағаздан жасалған жарнама түрі. Көбінесе мұндай фигуралар супермаркеттерде, тұрмыстық техника құралдары бар дүкендерде кездеседі. Сауда алаңындағы б.с. – өте маңызды дүние. Ол тек қана тауарды сатуға ғана емес, брендтің танылуына, компанияның беделін көтеруге көмектеседі.

Бокс орыс. *бокс* (ағылш. *box* «жәшік, қорап») – жарнамалық мәтіннің жиекпен ерекшеленген бөлігі.

Болжау орыс. *прогнозирование* (грек. *πρόγνωσις* «болжау, алдын ала білу») – статистикалық, әлеуметтік, экономикалық және басқа зерттеулер негізінде оқиғалардың немесе құбылыстардың болашақта ықтималды дамуын ғылыми негіздеу.

Бонус орыс. *бонус* (лат. *bonus* «сыйлықақы») – сатушы мәміле немесе жеке келісім талаптарына сәйкес сатып алушыға беретін қосымша сыйақы.

Бот орыс. *бот* (нидерл. *boot* «қайық») – арнайы бағдарлама, оның мақсаты адамдарға арналған интерфейстер арқылы белгілі бір әрекеттерді автоматты түрде орындау болып табылады. Чот-боттар ойын-сауық үшін де, клиентке өнім туралы кеңес беру үшін де қолданылады.

Бояма орыс. *фейк* (ағылш. *fake* «жалған, өтірік») – 1. жаңылыстыру мақсатында жалған, дәйексіз, өтірік нәрсені шынайы, нақты, дұрыс дүние деп көрсету; 2. Алдау мақсатында мәліметті бұрмалау, ақпаратты қолдан жасау.

Бөлшек сауда орыс. *розничная торговля* – жеке немесе отбасылық пайдалануға арналған тауарлар мен қызметтерді (яғни кәсіпкерлік қызметпен байланысты емес) тікелей түпкілікті тұтынушыға сату.

Бөлінген IP орыс. *выделенный IP* (ағылш. *dedicated IP*) – тарату қызметінің барлық электрондық пошта хабарламаларын бір нақты IP – мекенжайдан жіберу мүмкіндігі, ал басқа клиенттердің хабарламалары одан жіберілмейді.

Бөлісу орыс. *шер* (ағылш. *sher* «бөлісу, бөлу») – мазмұнмен әлеуметтік желілерде бөлісу немесе ұжымдық шолу үшін кез келген ақпаратқа қол жеткізу.

Брандмауэр орыс. *брандмауэр* (нем. *brand* «от, өрт», *mauer* «қабырға») – қабырғаға орналастырылған ең көлемді (6 шаршы метрден астам) жарнама.

Бренд менеджері орыс. *бренд-менеджер* (ағылш. *brand* «таңба, белгі, таңбалау», және *manager* «басқарушы, басшысы, директоры») – сатып алушылар мен тұтынушылардың санасында, оның беделі үшін тауардың немесе қызметтің өнім ретіндегі бейнесіне жауапты адам.

Бренд атауы орыс. *бренд нейм* – бұл сауда маркасының тікелей бөлігі немесе оның заңды тіркелуіне байланысты тікелей тауар белгісі болып табылатын сөз формасы.

Бренд орыс. *бренд* – жеке алынған өндірушінің (немесе өндірушілер тобының) тауардың немесе көрсетілетін қызметтің белгілі бір түрін білдіретін және оны басқа өндірушілердің тауарлары мен көрсетілетін

қызметтерінің арасынан ерекшелейтін атау, термин, символ, дизайн; сәтті маркетингтік рәсімдердің арқасында танымалдыққа ие болған танымал тауар белгісі.

Брендинг орыс. *брендинг* – маркетинг стратегиясы контексінде – ықпал ететін іс-шаралар кешенін әзірлеу және жүзеге асыру:

Брендке адалдық орыс. *лояльность к марке продукта / лояльность к бренду* (ағылш. brand loyalty) – белгілі бір брендті немесе өнімді тұтынушының қолдану деңгейін анықтайтын сапалық өлшем бірлігі бірлігі.

Брендтік контент орыс. *брендовый контент* (көне скандинав. *brande* «жағу, от», ағылш. *content* «мазмұн») – жарнамалық белгі айқын болмайтын және осылайша «жарнама» және «ойын – сауық» санаттарын айқындайтын дәстүрлі шектер жойылып кететін жарнамалық әдіс, бренд пен ойын-сауық (ақпараттық) материалдарының өзара интеграциясы.

Брендтің адвокаттары орыс. *адвокаты бренда* (ағылш. *brand advocates*) – белгілі бір брендке бейілді клиенттер. Оларды компанияға және оның өнімдеріне деген сүйіспеншілігін белсенді түрде білдіріп тұруға ынталандырады. Брендті насихаттау жазбаша шолулар, сын-пікірлер және т.б. түрінде болуы мүмкін.

Брендтің даму индексі орыс. *индекс развития бренда* – тұтастай алғанда нарықтағы тиімділігіне қатысты белгілі бір тұтынушылар тобы / мақсатты сегмент үшін брендтің қаншалықты жақсы жұмыс істейтінінің көрсеткіші.

Брендтің сәйкестігі орыс. *идентичность бренда* (ағылш. *brand identity*) – брендке тән белгілер жүйесі немесе айрықша ерекшеліктері, оның даралығы.

Бриф орыс. *бриф* (ағылш. *brief* «нұсқаулық, мәлімет») – болашақ бағдарламалық, графикалық, медиалық немесе қандай да бір өзге жобаның негізгі параметрлері жазылатын, ынтымақтасуды жоспарлаушылар арасындағы келісу тәртібінің қысқаша жазбаша нысаны.

Брифинг орыс. *брифинг* (ағылш. *brief* «қысқаша») – қысқа ақпараттық баспасөз конференциясы.

Брифтеу орыс. *брифовать* – маркетинг тұрғысынан «брифтеу» терминінің екі мағынасы бар. 1. Клиентті брифтеу – клиентпен талқылау барысында оның мақсаттарын, міндеттерін, тілектерін және жобаны іске асыру талаптарын анықтау. 2. Қызметкерлерді брифтеу – қызметкерлерге жоба, алынған тапсырма туралы ақпарат беру, яғни, бұл жағдайда бұл термин қызметкерлерге болашақ жобаның мәнін ұсынуды білдіреді.

Брошюра орыс. *брошюра* – шағын көлемді баспа жұмысы; бұқаралық ақпарат құралдарының бірі.

Буклет орыс. *буклет* (ағылш. *booklet* «кітапша») – жарнамалық басып шығаруға тән, брошюрамен сыртқы ұқсастығы бар, бірақ әдетте күрделі құрылымы мен талғампаз дизайны бар баспа түрі.

Бул-марк орыс. *бул-марк* (ағылш. *bullmark*) – бетбелгі түрінде кітапқа, журналға, каталогқа енгізілген жарнамалық жарнама парағы. Әдетте бұл

баспагердің жарнамасы, бірақ сонымен қатар өнім, қызмет және т.б жарнама болуы мүмкін.

Бурст орыс. *burst* (ағылш. *burst* «жарылыс, серпіліс») – тұтынушыға әсер ететін сәтті жарнаманың немесе шығармашылық жарнаманың жаргондық белгісі.

Бутик орыс. *бутик* – шектеулі тұтынушылар шеңбері бар жоғары мамандандырылған дүкен.

Бұқаралық ақпарат құралдары орыс. *средства массовой информации* – арнайы техникалық құралдардың көмегімен, кез келген тұлғаларға әртүрлі мәліметтерді ашық жариялауға арналған әлеуметтік мекемелер.

Біле тұра жалған жарнама орыс. *заведомо ложная реклама* – жарнама берушінің (жарнама өндірушісі, жарнама таратушысы) жарнама тұтынушысын әдейі адастыруы.

Бір күннен кейін еске түсіру орыс. *суточная запоминаемость рекламы* – мақсатты аудиториямен жарнамалық байланыстың тиімділігін талдау әдісі.

Бірегей келуші орыс. *уникальный посетитель* – бірегей сипаттамалары бар және белгілі бір уақыт аралығында сайтқа кірген қайталанбайтын пайдаланушы. Уақыт аралығы көбінесе күнтізбелік күнді білдіреді.

Бірегей сату ұсынысы орыс. *торговое предложение* – клиент үшін артықшылықты немесе қосымша пайда ретінде ұсынылатын брендтің немесе өнімнің ерекше сипаттамасын білдіреді.

Бірегей сауда ұсынысы орыс. *уникальное торговое предложение* – бәсекелестерден өнімнің немесе қызметтің ерекшелігі.

Бірканалдылық орыс. *омниканальность* – клиентпен сымсыз және үздіксіз байланысты қамтамасыз ету мақсатында әр түрлі байланыс арналарын бір жүйеге өзара интеграциялауды білдіретін маркетингтік термин.

Бірлескен жарнама орыс. *кооперированная реклама* – өндіруші және оның сату агенттері, яғни дилерлер мен өндіруші арасындағы бірлесіп төлейтін жарнама.

Бірлескен таңдау орыс. *кооптация* (лат. *cooptatio* «қосымша сайлау») – қандай да бір ұйымның өз құрамын оны бастапқы мөлшерлемемен белгілеген органға жүгінбестен өз бетінше толықтыруы.

Бірізді алмастыру әдісі орыс. *метод последовательной подстановки* – басқа факторлардың әсерін қоспағанда, әр фактордың персоналды басқару жүйесін қалыптастыруға әсерін зерттеуге мүмкіндік береді. Факторлар сараланады және ең маңыздылары таңдалады.

Бэкграунд (ағылш. *background* «фон, артқы көрініс») – бұл сенсациялық немесе жаңалықтар сипатындағы базалық ақпарат негізінде жасалатын журналистік материал.

Бэклинк (ағылш. *backlink* «кері сілтеме») – егер А сайтының сілтемесі В сайтына орналастырылған болса, онда ол А сайтының кері байланысына айналады. Кері сілтемелер веб-сайтты ілгерілетуде өте тиімді.

Бэкэнд (ағылш. *back – end* «артқы шеті») – сервистің бағдарламалық-аппараттық бөлігі. Бэкэнд веб-сайттың ішкі бөлігінің жұмыс істеуін жүзеге асыруға жауап береді.

Бюджет орыс. *бюджет* (ағылш. *budget* «қоржын») – орталықтандырылған ақша қорының құралу көздері мен жұмсалыу бағыттарын сипаттайтын экономикалық категория, ақшалай кіріс пен шығыстың балансы.

Веб-аналитика орыс. *веб-аналитика* – веб-сайттарға кірушілер туралы ақпаратты жақсарту және оңтайландыру мақсатында оларды өлшеу, жинау, талдау, ұсыну және түсіндіру жүйесі.

Веб-әзірлеуші орыс. *веб-мастер* – веб-сайттарды немесе корпоративтік интернет қосымшаларын жасайтын адам. Әзірлеушілер тобының мөлшеріне байланысты ол автор, дизайнер, веб-беттеуші, бағдарламашы функцияларын біріктіре алады.

Веб-дизайн орыс. *веб-дизайн* – веб-дамудың бөлімі және веб- сайттарға немесе веб-қосымшаларға арналған веб-қолданушы интерфейстерін жобалауға тапсырылатын дизайн түрі.

Веб-кеңесші орыс. *вебвизор* – интернет-сайтқа кірушілердің әрекеттерін онлайн-бейне режимінде талдауға болатын технология.

Веб-страница орыс. *веб-парақша* – веб-браузер арқылы қол жетімді бүкіләлемдік желідегі құжат немесе ақпараттық ресурс.

Вебвизор орыс. *вебвизор* — интернет-сайтқа кірушілердің әрекеттерін онлайн-бейне режимінде талдауға болатын технология.

Вебинар орыс. *вебинар* (ағылш. *webinar*) – интернеттің көмегімен өткізілетін қашықтықтан оқыту сабағы. Бұл дәріс, семинар, жиналыс, презентация, кез келген басқа формат болуы мүмкін, оның аясында бір немесе бірнеше жетекші қатысушылардың құрылғыларында нақты уақыт режимінде көрсетіледі.

Вебмастер орыс. *вебмастер* – интернетке арналған веб-сайттарды немесе корпоративті қосымшаларды жасаушы тұлға

Векторлық графика орыс. *векторная графика* – компьютерлік графикада нысандар мен суреттерді (сипаттау форматы) ұсыну тәсілі.

Векторлық графика орыс. *векторная графика* – математикалық сипаттама арқылы сурет салу жүргізілетін компьютерлік графиканың түрі.

Вендор немесе жеткізуші, сатушы орыс. *вендор* (латын. *vendere* «сату») – тапсырыс берушілерге тауарлар немесе қызметтер жеткізетін кез келген заңды (ұйым, кәсіпорын, мекеме) немесе жеке тұлға.

Верификация немесе тексеру орыс. *верификация* (латын. *verum* «шынайы») және *face* «істеу») – теориялық ережелерді, алгоритмдер мен бағдарламаларды тексеру және растау; шындықты тану әдістемесі; теорияны эксперимент арқылы шындыққа сәйкестігін тексеру

Виджет орыс. *виджет* (ағылш. *widget* «құрал») – көмекші мини-бағдарламалар класының атауы; жұмыс кеңістігінде орналасқан және жұмыс кеңістігін безендіруге, көңіл көтеруге, жеке жұмыс мәселелерін шешуге немесе веб-шолғыштың көмегінсіз интернеттен жылдам ақпарат алуға қызмет ететін графикалық модульдер.

Вики-белгілеу орыс. *вики-разметка* – веб-сайттарда мәтінді рәсімдеу үшін қолданылатын белгілеу тілі.

Викторина орыс. *викторина* (лат. *viktorine* «жеңімпаз, жеңіс») – әр түрлі білім салаларынан ауызша немесе жазбаша сұрақтарға жауап беруден тұратын ойын.

Виртуалды визит картасы (латын. *virtualis* «жасырын күйде болу және көрінуі мүмкін») – компанияның байланыс ақпараты бар бет.

Виртуалды дүкен орыс. *виртуальный магазин* – интернет арқылы тауарларды сататын веб-сайт.

Виртуалды жарнама орыс. *виртуальная реклама* – телеэфирде трансляцияны үзбей орналастырған жарнама.

Вирустық жарнама немесе **вирустық маркетинг** орыс. *вирусный маркетинг* (ағылш. *marketing* «нарық қызметі») – мақсатты аудитория өкілдерінің қызметі немесе өнімі туралы коммерциялық ақпаратты таратушылар ретінде әрекет ететін жарнама технологиясының бірі.

Вирустық контент (ағылш. *viral* «вирус») – жарнама процесіне аудиторияны тарту құралы. Ол интернетте оқырмандар арасында репостар, ұнатулар, жүктеулер, сілтемелер арқылы таратылады.

Вирустық маркетинг орыс. *вирусный маркетинг* – геометриялық прогрессияға жақын прогрессияда таралумен сипатталатын жарнаманы таратудың әртүрлі әдістерінің жалпы атауы.

Витрина, витрина жарнамасы орыс. *витринная реклама* (лат. *vitrina* «көрме») – тауарлар мен заттардың үлгілерін қоятын дүкен терезелерінің алды немесе үсті әйнекпен жабылған жәшік, шкаф тәрізді орын.

Воблер (ағылш. *wobbler* «еліктіргіш») – қағазға басылған және кесілген кез келген нысандағы жарнамалық элемент.

Выворотка орыс. *выворотка* – мәтін элементтерінен басқа, бүкіл беті мөрленетін қара немесе түрлі-түсті бояулармен басып шығару әдістерінің бірі.

Газ жарығы орыс. *газосвет* – сыртқы жарық жарнамасы.

Газет орыс. *газет* – мерзімді, уақытша не бір рет қана шығатын басылым.

Гайд орыс. *гайд* (ағылш. *guide* «гид») – мақсатқа жету тәртібін сипаттайтын жоспар, нұсқаулық, анықтамалық кітап (көбінесе жаңадан бастаушылар үшін) немесе гид-жолсілтеме.

Гарнитура орыс. *гарнитура* (нем. *Garnitur* «жиынтығы, жиынтығы») – стилі мен өлшемі әртүрлі, бірақ бірдей сурет сипаты бар типографиялық жиынтық материалдар.

Геймификация орыс. *геймификация* (ағыл. *gamification* «концепция») – бизнесте, күнделікті өмірде, білім беруде, яғни, кез келген жерде ойын элементтерін қолдану.

Географиялық таргетинг орыс. *географический таргетинг* (ағылш. *geo targeting*) – веб-әзірлеуде және интернет-маркетингте, келушіге оның географиялық орналасуына сәйкес мазмұнды беру әдісі.

Гиперлокальды бағыттау орыс. *гиперлокальный таргетинг* – көрсетілген GPS нүктесінен нақты радиусы көрсетілген «мақсатты» жарнамалық хабарлама.

Гипермаркет орыс. *гипермаркет* – жалпыға бірдей ассортименттегі азық-түлік және азық-түлікке жатпайтын тауарларды, негізінен өзіне-өзі қызмет көрсету түрінде сататын сауда кәсіпорны.

Гипермәтін орыс. *гипертекст* (ағылш. *hypertext*) – WWW негізіне құрылған мәтін. Гипермәтінді арнайы құжаттар мәтіннің кейбір бөліктері «айқындалатындай» етіліп қалыпқа түсірілген.

Гиперсегментация орыс. *гиперсегментация* – сату туралы ұсынысты одан әрі жекелендіруге мүмкіндік береді. Бұл мақсатты аудиторияға неғұрлым егжей-тегжейлі талдау, таныс аудитория ішіндегі кішігірім сегменттерді бөліп көрсете отырып, оның «ауруы» сіздің өніміңізбен немесе қызметіңізбен жабылуы мүмкін.

Гиперсілтеме орыс. *гиперссылка* (ағылш. *hyperlink*) – гипермәтіндік құжаттың осы құжаттағы элементке (команда, мәтін, сурет, ескерту) немесе жергілікті дискіде немесе компьютерлік желіде орналасқан басқа объектіге (файл (құжат), каталог, қосымша) немесе осы объектінің элементтеріне сілтеме жасайтын бөлігі.

Гиффен әсері орыс. *эффект гиффена* – бағаның өсуіне байланысты адамдар көбірек тұтынатын және керісінше – микроэкономикадағы сұраныстың негізгі заңын бұзатын өнім.

Гиффеннің парадоксы орыс. *парадокс гиффена* – табыс деңгейі төмен сатып алушылар салыстырмалы түрде арзан тауарларды үлкен көлемде тұтына бастауының салдарынан бағалардың едәуір ұлғаюынан соң нанға, картопқа және басқа да қажетті тауарларға сұраныстың өсуі.

Голограмма орыс. *голограмма* – белгілі бір бетінен толқындардың интерференциясы арқылы ойналатын көлемді сурет.

Гравертон орыс. *гравертон* – арнайы «алтын» жабыны бар металл негіздерде штрих бейнелерді жасау технологиясы.

Гратис орыс. *gratis* – сауда практикасында белгілі бір операциялар мен көрсетілетін қызметтің (тауарлардың тегін үлгілері және т.б.) ақы төлеусіз жүзеге асырылатынын білдіру үшін қолданылады.

Графика орыс. *графика* (грек. γρφικός «жазу») – бейнелеу өнерінің бір түрі, онда графикалық деп аталатын негізгі бейнелеу құралы ретінде бейнелеу бетінің қасиеттері (көбінесе ақ қағаз парағы) және сызықтар, штрихтар мен дақтардың тоналды қатынасы қолданылады.

Дагмар орыс. *дагмар* (ағылш. *dagmar*) – жарнамалық мақсаттарды анықтау және нәтижелерді өлшеу, тұтынушылардың өсу кезеңдерін реттеудің танымал моделі және процесті тестілеу.

Дайджест орыс. *дайджест* (ағыл. *digest* «жүйелеу») – 1. мәтіннің қысқаша мазмұны; 2. басқа басылымдардан материалдарды қайта басып шығаратын мерзімді басылым; 3. мерзімді басылымға қысқаша шолу.

Дамытушы маркетингі орыс. *развивающий маркетинг* – жасырын сұраныстың белгілі бір жағдайларында, тұтынушылардың көпшілігі ұсынылған тауарларға қанағаттанбаған сәттерде қолданылатын маркетинг.

Дара басшылық орыс. *единоначалие* – қарулы күштерде басшылық жасаудың негізгі қағидаты, бұл ретте командир (бастық) бағыныстыларға қатысты барлық толық өкімдік билікке ие болады және әскерлердің жұмыс істеуі мен тіршілік етуінің барлық тараптары үшін толық жауапты болады.

Даралау орыс. *персонализация* – басылым таралымының әрбір жеке данасында жеке мәтіндік, цифрлық және иллюстрациялық деректерді (мекенжайы, белгісі, күні, бейнесі) басып шығару мүмкіндігі.

Дауыс үлесі орыс. *доля голоса* — брендтің немесе жеке тауардың жарнамалық белсенділігінің көрсеткіші, бұл талданып отырған кезеңдегі бүкіл нарықтың/сегменттің жарнамалық хабарламалар ағынындағы брендтің жарнамалық хабарламасының үлесін білдіреді, % – бен өлшенеді.

Дәйексіз жарнама орыс. *недостоверная реклама* – мазмұнында, уақытында, таратылу, орналастырылу орнында және тәсілінде қателіктер мен кемшіліктер орын алған жарнама.

Дәлелді жарнама орыс. *рекламный аргумент* – дәлелдеу әдісі, оның барысында белгілі бір позиция дәлелденген тезис ретінде ұсынылады.

Дәстүр орыс. *традиция* – ұрпақтар, уақыт және дәуір тәжірибесінің тұрақтылығы мен сабақтастығын тіркейтін әлеуметтік және мәдени мұра элементтерінің болуы және көбеюі.

Деза орыс. *деза* – жалған ақпаратты әдейі тарату.

Дезинформация орыс. *дезинформация* – бұл жалған немесе бұрмаланған ақпарат қарсыласқа немесе іскери серіктеске ұрыс, ынтымақтастық, ақпараттың ағып кетуін және оның ағып кетуін тексеруді, қара нарықтың әлеуетті клиенттерін анықтауды тиімді жүргізу үшін беріледі.

Декор орыс. *декор* (лат. *decor* «әдептілік, үйлесімділік») – дәстүрлі мағынада декор деп архитектуралық құрылымның, оның интерьерінің, сонымен қатар тұрмыстық заттардың, сәндік-қолданбалы өнер бұйымдарының сыртқы дизайнын құрайтын элементтер жиынтығы.

Демаркетинг орыс. *демаркетинг* (ағылш. *demarketing* «непроданный»)– бүкіл мақсатты аудитория немесе оның белгілі бір топтары арасында сұранысты азайтуға бағытталған маркетингтің бір түрі.

Демеушілік орыс. *спонсоринг* (ағылш. *sponsoring* кепілдік, қамқоршылық, қолдау) – жеке жарнама және PR мақсатында арнайы іс – шараларға қаражат салу қызметі.

Демеушілік орыс. *спонсорство* – заңды немесе жеке тұлғаның (демеушінің) демеуші, оның тауарлары туралы демеушілік жарнаманы тарату шарттарында басқа заңды немесе жеке тұлғаның (демеушінің) қызметіне салымды жүзеге асыруы.

Демография орыс. *демография* (грек. δῆμος «халық») – белгілі бір халықтың, ұлттың, ұлыстың, этникалық топтың санын, құрамы мен құрылымын, аумаққа бөлінуін, өсу не кему динамикасын қоғамдық-тарихи жағдайлармен байланыстырып зерттейтін әлеуметтік ғылым саласы.

Демпинг (ағыл. *dumping* «арылту») – тауарлар мен қызметтерді жасанды төмен бағамен сату. Демпингтік бағалар нарықтық бағадан едәуір төмен, ал кейде тіпті тауарлар мен қызметтердің өзіндік құнынан төмен болады.

Дерекқор орыс. *база данных* – деректерді модельдеу құралдарының ережелеріне сәйкес басқарылатын деректер схемасына сәйкес сақталатын мәліметтер жиынтығы.

Деректемелер орыс. *реквизиты* (лат. *requisitum* «қажет») – театрда спектакльдер, фильм немесе фотография кезінде, сурет салу кезінде қажет заттар жиынтығы.

Джанк орыс. *джанк* (ағылш. *junk* «қоқыс») – төмен өзіндік құн мен жоғары үстеме бағаның есебінен, бірақ тұтынушының тұрақты және жүйелі сұранысына ие емес, сауда желісін толтыратын және саудагерлерге тиімді төмен сапасыз тауарлар.

Дизайн орыс. *дизайн* (ағылш. *design* «жобалау») – әр түрлі бұйымдарды көркемдік жобалау бойынша адамның немесе адамдар тобының іс-әрекеттерінің жиынтығы. Объектілерді немесе заттарды жобалау процесінің нәтижесі де дизайн деп аталады.

Динамикалық контент орыс. *динамический контент* – сайттың бетіндегі динамикалық мазмұн блогы (немесе бүкіл бет), URL сілтемесінде берілген арнайы параметрдің мәніне байланысты алдын ала дайындалған ақпаратты ауыстырады, сол жерде орналасқан әдепкі ақпаратты ауыстырады. Бұл демографиялық, географиялық және басқа өлшемдерге немесе ізбасарлардың қалауына байланысты өзгертін контент түрі.

Динамикалық қоңырау орыс. *динамический коллтрекинг* – бұл интернеттегі жарнаманың тиімділігін бағалауға мүмкіндік беретін қоңырауларды бақылау түрі.

Динамикалық мазмұн орыс. *динамический контент* – жарнама мазмұнының кіші түрі, ол пайдаланушының жеке факторларына байланысты: жаңартылып отырады, пайдаланушының орналасқан жері, желідегі тәртібі және қызығушылықтары, жынысы, жасы, сатып алу тарихы, қазіргі ауа райы және т.б.

Директ-медиа орыс. *директ-медиа* (ағылш. *direct media* «тіке») – пошта, телефон, факс және басқа да жарнамалық хабарларды жеткізу құралдары арқылы тұтынушылармен тікелей байланыс.

Диспенсер орыс. *диспенсер* – тауарларды сату орындарында, дүкендерде, супермаркеттерде және т.б. ұсынуға және сақтауға арналған құрылғы.

Дисплей орыс. *дисплей* (ағыл. *display* «көрсету») – ақпаратты визуалды түрде көрсетуге арналған электрондық құрылғы. Дисплейді көп жағдайда электронды түрде цифрлық, әріптік-цифрлық немесе графикалық ақпаратты бейнелеу үшін пайдаланылатын толық құрылғының бөлігі деп атауға болады.

Диффамация орыс. *диффамация* (лат. *diffamatio* «жария ету, тарату») – шындыққа сәйкес келмейтін ақпаратты тарату. Көптеген елдерде ол жәбірленушінің ар-намысын, қадір-қасиетін және іскерлік беделін төмендететін шындыққа сәйкес келмейтін жалған ақпаратты таратудан тұратын құқық бұзушылық ретінде қарастырылады.

Доджер орыс. *доджер* (ағылш. *tax dodger* «жалтару») – жарнамалық проспект-баспа жарнамасы, түрлі-түсті басылым, бір компания ұсынатын өнім немесе байланысты тауарлар тобы туралы ақпаратты қамтитын буклет.

Дөңгелек үстел орыс. *круглый стол* — қоғам, конференция немесе үлкен шараның жиыны.

Драйв уақыты орыс. *драйв – тайм* (ағылш. *drive time* «көліктегі уақыт») – 6-дан 10-ға дейін және 16-дан 19-ға дейін жұмыс істейтін немесе үйге қайтатын потенциалды аудитория өз машиналарын басқаратын радио уақыты.

Егіс орыс. *посев* – әлеуметтік желіде контентті алғашқы жариялау. Әдетте бұл термин вирустық мазмұнға қатысты қолданылады, оны кейіннен қолданушылар тарата алады.

Екі жақты асимметриялық pr моделі орыс. *двусторонняя асимметричная модель pr* – хабарламаны дайындауда зерттеу нәтижелерін қолдануды көздейтін неғұрлым күрделі тәсіл, оның міндеті аудиторияны ұйым үшін қажет мінез-құлықтың коммуникативті моделін қабылдауға сендіру болып табылады.

Елші орыс. *амбассадор* (ағылш. *ambassador* «елші») – компанияның жарнамасына қатысатын, іс-шараларда, теледидарларда және онлайн-сайттарда брендті ұсынатын брендтің мақсатты аудиториясы арасындағы беделді тұлға.

Ендіру, енгізу орыс. *внедрение* – инновацияларды тарату, прогрессивті идеяларды, өнертабыстарды және ғылыми зерттеу нәтижелерін іс жүзінде қолдануға қол жеткізу.

Еңбектің мамандануы орыс. *специализация труда* – адамның еңбек қызметінің қандай да бір саласында арнайы білім мен дағдыларды игеруі, ұйымның басқару аппаратының қандай да бір бөлімшесінде басқарудың біртекті функцияларын шоғырландыруы.

Ерекшелік орыс. *фича* (ағылш. *feature* «ерекшелік, ерекше қасиет») – өнімнің белгілі белгілі бір сипаттамалары бар бөлігі.

Есепшот орыс. *биллинг* (ағылш. *billing* «есеп айырысу») – кәсіпкер кәсібінің субъектісі, кәсіпкерлік қызметте бір циклге (актіге) кіретін белгілі бір іс-әрекеттер жиынтығы.

Еске түсіруші жарнама орыс. *реклама напоминающая* – әлеуетті тұтынушылардың басым бөлігі арасында танымал және артықшылыққа ие болған танымал сауда маркасының жарнамасы.

Есімдеу орыс. *нейминг* (ағылш. *name* «ат, есім») – тіркелетін және нарыққа шығарылатын бренд немесе тауарға компания тарапынан атау әзірлеу процесі. Әлеуетті сатып алушы өнімді оңай есте сақтау үшін атауға атаудың түпнұсқа және қарапайым болуы талап етіледі.

Жазылмаған сілтеме орыс. *безанкорная ссылка* – кілт сөздерінің орнына ресми сілтеме мәтінін қолданатын сыртқы сілтемелер. Мысалы: парақшаның мекенжайы немесе сайт атауы <https://termincom.kz/>; жалпы қолданылатын сөздер: «осында», «толығырақ», «мына жерден оқыңыз», «мына жерден қараңыз», «жалғасы», «толығымен», «дереккөз», «сайтта».

Жазылушылар/жанкүйерлер орыс. *подписчики/фанаты* кез келген мерзімді баспа немесе электронды басылымға, интернеттегі параққа тіркелушілер, біреудің парақшасында жанкүйер болушылар.

Жақтаулы жарнамалар (баннерлер) орыс. *объявления в рамке (баннеры)* – 1. пластиктен, картоннан немесе қағаздан жасалған витринаға ілінетін тікбұрышты планшет; 2. басқан кезде жарнама берушінің сайтына тікелей апару мақсатында сайтқа арнайы ілінген сурет.

Жалға беру сілтемелері орыс. *арендная ссылка* – бұл алдын ала келісілген әр уақыт кезеңі үшін ақысы төленетін сілтемелер.

Жалданбалы қызметкер орыс. *наемный работник* – меншік нысанына және шаруашылық-құқықтық нысанына қарамастан кәсіпорында, ұйымда еңбек шарты (келісімшарт) бойынша жұмыс істейтін тұлға.

Жанжал орыс. *конфликт* (лат. *conflictus* «кикілжін») – дауласушы келіспейтін тараптар арасындағы қақтығыс, жұмысшылардың әкімшілікпен қақтығысы, халықаралық қатынастардағы асқыну.

Жалон орыс. *жалон* – жарнамаланатын өнім түрінде жалпақ немесе көлемді картон немесе пластикалық жарнама. Сату орнында орналасады.

Жанама жарнама орыс. *косвенная реклама* – жасырын жарнама, жарнамаланатын өнім туралы әңгімелесу, жарияланымдар, радио және теледидар бағдарламалары арқылы тауарлар мен қызметтердің жарнамасы. Бұл жағдайда жарнама тақырыбы және оны өндірушілер туралы ақпарат беріледі.

Жанкүйерлер парағы немесе жанкүйерлер сайты орыс. *фан – страница* немесе *фан – сайт* (ағылш. *fansite* «табынушы») – табынушылар немесе кез келген танымал тақырыпты, атақты адамды немесе жеке мәдени құбылысты (кітап, теледидар, фильм, комикстер журналы т.б) сүйетіндер жасаған және қолдайтын веб-сайт.

Жаңалық жаршысы орыс. *нюсмейкер* (ағыл. *newsmaker* «жаңалық жасаушы») – жаңалықтардың қайнар көзі ретінде хабарлама жасауға күзиреті мен жеткілікті ақпараты бар адам.

Жаңалықтар парақшасы орыс. *листок новостей* – қолжетімді және арзан байланыс құралы. Әдетте, оны принтерде мамандар жасайды және ксерокс көмегімен көбейтеді. Олар тақырып бойынша әртүрлі. Мысалы, нарық жаңалықтары, жаңа жобалар, жаңа инвестициялар, экспорт нәтижелері және т. б.

Жаңалықтар таспасы орыс. *новостная лента* – жаңалықтар тізімі – пайдаланушыларға жиі жаңартылатын ақпаратты жеткізу үшін қолданылатын деректер пішімі. Бұл ақпаратты таратушылар жаңалықтар арнасын пайдаланушыларға жазылуға мүмкіндік береді.

Жаңалықтар хабарламасы орыс. *нюс – релиз* (ағыл. *news* «жаңалық», *release* «басылым») – нақты бір ұйым арнайы дайындаған және белгілі бір ережелерге сәйкес жазылған, мақсатты аудиторияға жеткізуге арналған ақпараттық материал.

Жаңарту орыс. *апдейт* (ағылш. *update* «жаңарту») – іздеу жүйелерінің іздеу нәтижелерін мезгіл-мезгіл жаңартып отыруы.

Жаңғырық фраза орыс. *эхо-фраза* – маркетингтік коммуникацияның соңғы мәтіндік элементі, жарнамалық мәтіннің құрылымы, визуализация, тақырыптың маңыздылығын, үндеудің мағынасын беру.

Жаппай байланыс орыс. *коммуникация массовая* – техникалық құралдардың (теледидар, баспасөз, компьютерлік техника, радио және т. б.) көмегімен шашыраңқы, сан жағынан үлкен аудиторияларға ақпаратты (білімді, құқықтық және моральдық нормаларды, рухани құндылықтарды және т. б.) тарату процесі.

Жапсырма орыс. *наклейка* – тауар белгісінің түрі, тауардағы жапсырма, құлақша немесе оған тіркелген талон түріндегі таңба, онда тауар туралы деректер (салмағы, саны, дайындаушы, дайындалған күні және т.б.) көрсетіледі.

Жапсырма орыс. *стикер* – басып шығарудың шағын түрі (өздігінен жабысатын негізде шығарылады).

Жарияланымдар күнтізбесі орыс. *календарь публикаций* – контент жоспары, әлеуметтік желілердегі жазбалардың күнтізбесі. Оның көмегімен бүгін сату посты, ертең тарату посты, ал жұмада конкурс қорытындылары шығуы тиіс екенін білуге болады. Жоспар сіздің жұмысты дұрыс ұйымдастыруға көмектеседі, ал жазылушылар үнемі қызықты мәлімет алады.

Жариялылық орыс. *паблисити* (ағылш. *publicity* «жариялылық») – мемлекеттік және басқа да институттардың іс-әрекеттерінің ашықтығы, ақпараттың кең таралуы, ұйымдар, мекемелер мен лауазымды тұлғалардың азаматтарға ашықтығы, қоғамдық пікірді анықтау және есептеу, қабылданған шешімдерді жариялау.

Жарқылды жарнама орыс. *световая реклама* – белгілер, көлемді жарық әріптерінен жасалған композициялар, пилондар, шкафтар, фигуралар.

Жарнама агенттігі орыс. *агентство рекламное* – бұқаралық ақпарат құралдарын (байланыс арналарын) пайдалана отырып, клиенттерінің қызметтерін немесе тауарларын оған қосымша қызығушылық тудыру арқылы жарнамалайтын шығармашылық адамдар тобы.

Жарнама агенттігі орыс. *рекламное агентство* – өздерінің тауарлары мен қызметтері үшін сатып алушыларды іздеуге ұмтылған тапсырысшыларға арналған жарнама мен жарнама құралдарын жасайтын, дайындайтын және орналастыратын шығармашылық қызметкерлер мен коммерсанттардан құралған тәуелсіз кәсіпорын.

Жарнама агенті орыс. *рекламный агент* – жарнама уақытын, жарнама сайттарын, маркетингтік қолдау келісімшарттарын, PR науқанын сатумен айналысатын маман.

Жарнама агрессоры орыс. *рекламный агрессор* – ай – стоппер, қатты шу әсері, ашық түстер және жарнамадағы тұтынушылардың назарын «ұстап алатын» басқа құралдар.

Жарнама бағдарламасы орыс. *программа рекламы* – баннерлер мен басқа жарнамалық материалдарды қамтитын ақысыз бағдарламалық жасақтама. Бұл бағдарламалар зиянды емес, бірақ олар жарнамалық ақпаратқа толы.

Жарнама беруші орыс. *рекламодатель* – жарнама нарығының нарық құраушы субъектісі, жарнамалық қызметтерге сұраныс тудыратын және жарнамалық қызметтерге тапсырыс беруші ретінде қызмет ететін жарнама процесінің бастамашысы, осылайша жарнама саласының жұмыс істеуі мен дамуына негіз береді.

Жарнама беруші орыс. *рекламодатель* – жасау, орналастыру, жарнаманы одан әрі тарқатуға арналған жарнамалық ақпарат көзі болып табылатын азамат немесе заңды тұлға.

Жарнама жапсырмасы орыс. *рекламный вкладыш* – баспа жарнамасының түрі, өндірушінің немесе сатушының еңбегін еске түсіру үшін өнімнің қаптамасына салынған, жарнамалық мәтіні қысқа, төртбұрышты кішкене картон немесе қалың қағаз.

Жарнама жасаушы орыс. *рекламопроизводитель* – ақпаратты жарнама түрінде тарату үшін дайын нысанға толық немесе ішінара келтіруді жүзеге асыратын тұлға ретінде айқындалады.

Жарнама идеясы орыс. *рекламная идея* – шығармашылық тұжырымдама, бүкіл жарнама компаниясы дамитын өзек. Белгілі бір көркемдік формада киінген мәні – тұтынушы үшін өнімнің ең маңызды қасиеттерін, оның артықшылықтары туралы дәлелдер мен дәлелдерді ұсынудың бейнелі тәсілі.

Жарнама идеясы орыс. *рекламная идея* – мақсатты аудиторияға ұсынылған негізгі ой, жарнамалық үндеудің мазмұны.

Жарнама көлемі орыс. *объем рекламы* – бұқаралық ақпарат құралдарында және басқа тарату арналарында орналастырылған жарнамалық материалдың сандық сипаттамасы.

Жарнама құралы орыс. *рекламоноситель* – бетінде жарнамаланатын объект туралы ақпаратты орналастыруға болатын кез келген объект.

Жарнама макеті орыс. *рекламный макет* – сіздің өніміңіздің немесе /қызметіңіздің мәнін көрсететін бір немесе бірнеше сурет (2 – 3). Суретте тек фотосурет қана емес, сонымен қатар мәтін, анимация (мысалы, мәтін), музыка да болуы мүмкін.

Жарнама науқанының тұжырымдамасы орыс. *концепция рекламной кампании* – жарнамалық идеяны, жарнамалық дәлелдерді, жарнамалық хабарламалардың ерекшеліктерін, жарнаманы тарату құралдарын таңдауды негіздеуді, жарнама берушінің маркетингтік міндеттерін ескере отырып, жарнамалық науқанның түрі мен логикасын қамтитын жалпы түсінік.

Жарнама орыс. *реклама* – тұтынушылардың назарына іліктіру немесе қандайда бір сауалнама алу мақсатында тауар, өнер туындылары және қызмет түрлерінің қасиеттері туралы кең таратылып жария етілетін хабарлама.

Жарнама психологиясы орыс. *рекламная психология* – адам миына әсер ету механизмін, сондай – ақ адамдардың белгілі бір экспрессивті құралдарды – мәтінді, бейнені, түсті, графикалық безендіруді жәнет.б. қабылдау ерекшеліктерін зерттейді.

Жарнама саясаты орыс. *рекламная политика* – компания бекіткен ережелер мен идеялардың жиынтығы, оның корпоративтік құндылықтарына негізделген, жарнаманы әзірлеуге және таратуға қаражат бөлу тәртібін реттейді. Жарнама саясаты жарнама саясаты субъектісінің объектімен өзара тиімді қарым-қатынасын қалыптастырады, тұтынушыны тартуға бағытталған.

Жарнама таратушы орыс. *рекламораспространитель* – жарнама тасымалдаушылар арқылы жарнаманы таратуды жүзеге асыратын жарнама нарығының нарық құрушы субъектісі.

Жарнама тұжырымдамасы орыс. *рекламная концепция* – жарнамалық науқанды өткізу жоспары, акциялар. Жарнамалық науқанның мақсаттарын, жарнаманың негізгі құралдарын және қолданылатын жарнама құралдарын, негізгі жарнамалық дәлелдерді анықтайды.

Жарнама тұлғасы орыс. *рекламная личность* – өнімнің немесе оқиғаның жарнамасында қолданылатын ойдан шығарылған кейіпкер.

Жарнамадағы қанықтық орыс *насыщение (в рекламе)* – түпкілікті мақсаты нысаналы аудитория үшін жоспарланған әсерге қол жеткізуді, сол арқылы жарнамаланатын тауарды сатуды көздейтін жарнамалық жолдауды таратудың қажетті дәрежесінің көрсеткіші.

Жарнамалардың кеңейтімділігі орыс. *расширения объявлений* – жарнамада қосымша ақпаратты көрсетуге және сол арқылы оның CTR-ін арттыруға мүмкіндік береді.

Жарнамалауды жоспарлау орыс. *планирование рекламы* – маркетингтік деректер мен медиа-зерттеулер негізінде БАҚ-та жарнаманы орналастырудың оңтайлы жоспарын жасау.

Жарнамалаудың халықаралық кодексі орыс *международный кодекс рекламы* (ағылш. *International Code of Advertising Practice*) – халықаралық сауда палатасының жарнамалық тәжірибесінің халықаралық кодексіне негізделеді.

Жарнамалық аудитория орыс. *рекламная аудитория* – белгілі бір ақпарат көзі арқылы жіберілген нақты жарнамалық хабарламаны көретін (естітін, оқитын және т.б.) адамдардың жалпы саны.

Жарнамалық байланыс орыс. *рекламный контакт* – жарнамалық үндеу аудиториясы өкілдерінің бірінің осы жарнамалық үндеумен байланысы.

Жарнамалық баннер орыс. *рекламное знамя* – корпоративті сәйкестендіру элементтері мен тасымалдаушыларының бірі. Бұл сауда маркасымен безендірілген корпоративті түстің панелі және т.б.

Жарнамалық бейнежазба (ролик) орыс. *рекламный ролик* – теледидарда, бейне жарнамалық қалқандарда және медиафасадаларда көрсетілетін жарнамалық бейнежазба.

Жарнамалық бюджет орыс. *рекламный бюджет* – компания белгілі бір уақыт аралығында өз өнімін жылжытуға бөлуге дайын сома.

Жарнамалық дискурс орыс. *рекламный дискурс* – жарнамалық өнімді тарату арқылы жүзеге асырылатын жарнама берушілер мен жарнама алушылар арасында: баспасөзде, электронды БАҚ-та, сондай-ақ сыртқы медиада (қалқандар, тартулар, жарық панельдері және т. б.), көлік құралдарының қабырғаларында, сонымен қатар кез келген тұрмыстық заттар, интерьер бөлшектері мен қалалық кеңістік, әртүрлі мақсаттағы компьютерлік медиада және т. б. хабарландырулар.

Жарнамалық жүктеме орыс. *рекламная нагрузка* – радиостанция хабар тарату уақытының бір сағаты ішінде бере алатын жарнамалық хабарлардың саны.

Жарнамалық жүктеме орыс. *рекламная нагрузка* – радиостанция хабар тарату уақытының бір сағаты ішінде бере алатын жарнамалық хабарлардың саны.

Жарнамалық зерттеу орыс. *рекламное исследование* – жарнамалық қызметке қатысты ақпаратты жүйелі түрде жинау, өңдеу, талдау және түсіндіру.

Жарнамалық кампания орыс. *рекламная кампания* – жарнамашының келісілген маркетингтік стратегиясы шеңберінде, алдын ала талдау мен белгіленген мерзімде, ауқымда, нарықта және мақсатты аудиторияда белгілі бір маркетингтік мақсат қажету үшін бір идея мен тұжырымдамамен біріктірілген жоспарланған жарнамалық іс-шаралардың мақсатты жүйесі.

Жарнамалық кәдесый орыс. *рекламный сувенир* – жарнамалық кампанияларда сыйлықтар, жүлделер, үлестірме материалдар ретінде, сондай-ақ корпоративтік және бизнес-кәдесыйлар түрінде пайдаланылатын, көбінесе өнімнің өзінде немесе оның қаптамасында Тапсырыс берушінің логотипі немесе фирмалық стилі жағылатын бұйымдардың түрі.

Жарнамалық қызмет орыс. *рекламная деятельность* – мақсатты түрде кез келген түрде, кез келген нысанда және кез келген бұқаралық ақпарат құралдарын қолданумен таралатын, мақсатты емес адамдардың мақсатты тобына бағытталған және жарнамаланатын объектіге назар аударуға, оған қызығушылық туғызуға немесе қолдауға және оны нарықта ілгерілетуге бағытталған әрекеттер.

Жарнамалық қызметтер орыс. *услуги рекламные* – тауарларды жарнамалау жөніндегі қызметтер. Баспасөз басылымдары, хабар тарату құралдары арқылы жарнаманы, сондай-ақ көліктегі, сату орнындағы сыртқы жарнама мен жарнаманы және мәдени – ойын-сауық және спорттық іс-шараларды өткізу кезіндегі демеушілікті қамтиды.

Жарнамалық қызметті басқару жүйесі орыс. *система управления рекламной деятельностью* – бұл компанияның жарнамалық функциясын іске асыруды жоспарлау, басқару, ұйымдастыру, бақылау және ақпараттық қамтамасыз ету бойынша процестердің, шаралар мен әдістердің күрделі жиынтығы.

Жарнамалық мәтін орыс. *рекламный текст* – жарнамада қолданылатын мәтін олардың сатылымын арттыру үшін тауарларды қызметтерді идеяларды жылжыту үшін қолданылады.

Жарнамалық науқан тұжырымдамасы орыс. *концепция рекламной кампании* – жобаның миссиясы, мақсаттары, міндеттері, мақсатты аудиторияның сипаттамасы біріктірілген қысқаша таныстырылым. Жарнамалық науқан тұжырымдамасы көбінесе жоба басталғанға дейін клиентке немесе мүдделі тараптарға беріледі.

Жарнамалық пирамида орыс. *рекламная пирамида* – тұтынушылық аудиторияның негізгі түрлерінің үйлесімі, оның жарнамаланатын өнімді сатып алуға дайындығы.

Жарнамалық проспекті орыс. *рекламный проспект* – бір компания ұсынатын өнім немесе өзара байланысты тауарлар тобы туралы ақпаратты қамтитын баспа жарнамасы, түрлі-түсті басылым, буклет.

Жарнамалық рейтинг орыс. *рейтинг в рекламе* — аудиторияның сандық бағасы. Рейтинг белгілі бір уақытта жарнамалық хабарламаны көрген (тыңдаған) аудиторияның хабарламаны көруге (естуге) мүмкіндігі бар барлық аудиторияға пайыздық қатынасы ретінде есептеледі.

Жарнамалық спираль орыс. *рекламная спираль* – өнімнің өмірлік циклінің тиісті кезеңдерінде жүзеге асырылатын кіріс, растау және еске түсіру жарнамаларын дәйекті қолдану.

Жарнамалық стратегия орыс. *рекламная стратегия* – жарнамалық өнімді жасау кезінде сіз қозғалатын бағыт.

Жарнамалық сыйлық орыс. *рекламный подарок* – кәдесый және сату жарнамасы. Жарнама беруші назар аударту, сатуды ынталандыру және жағымды имидж қалыптастыру үшін арнайы сыйлықтарды таратады.

Жарнамалық тұжырымдама орыс. *рекламная концепция* – жарнама беруші қабылдаған жарнама бағдарламасын, жарнамалық және PR – іс-шараларға көзқарасты көрсететін құжат.

Жарнамалық хат орыс. *рекламное письмо* – әлеуетті тұтынушыларға өнім немесе қызмет туралы ақпаратты тікелей жеткізетін хат. Жарнамалық хаттың мақсаты – белгілі бір өнімге әлеуетті сатып алушылардың назарын аудару.

Жарнаманы мақұлдау орыс. *реклама утверждающая* – өнімнің өмірлік циклінің өсуі мен жетілу кезеңдерінде жүзеге асырылатын жарнама.

Жарнаманы тұтынушы орыс. *потребитель рекламы* – бүкіл жарнама индустриясының қызметіне бағытталған жарнама нарығының нарық құрушы субъектісі.

Жарнаманың сапасын бағалау орыс. *оценка качества рекламы* – семантикалық немесе сыртқы мазмұнды жақсарту, беру тәсілін өзгерту, арнаны немесе орналастыру уақытын өзгерту үшін жарнамаларды, баннерлерді, хабарландыруларды зерделеу.

Жарнаманың тиімділігі орыс. *эффективность рекламы* – жарнаманың алдына қойылған мақсаттарға ең аз шығынмен қаншалықты қол жеткізілгендігі.

Жастықшаны басып шығару орыс. *тампонная печать* – кескінді тасымалдайтын серпімді аралық элемент кез келген пішіннің бетіне терең, тегіс, жоғары және экранды басып шығару арқылы басып шығаруға мүмкіндік береді.

Жасырын жарнама орыс. *скрытая реклама* – жарнаманың неғұрлым күрделі түрі. Тұтынушы оны қабылдауға, оның ішінде арнайы бейнеқосылғыларды пайдалану арқылы және өзге де тәсілдермен аңдаусыз әсер ететін жарнама. Ол біздің өмірімізге кино, теледидар, радио бағдарламалары, газеттер, журналдар, компьютерлік ойындар, интернет, клиптер арқылы енеді.

Жауапты дизайн орыс. *отзывчивый дизайн* – веб және мобильді қосымшалардың мазмұны мен орналасуы пайдаланушының мінез – құлқы мен қоршаған ортаға сәйкес өзгертін тәсіл.

Жаһандық маркетинг орыс. *глобальный маркетинг* – бүкіл әлемді өзінің аймақтық және ұлттық айырмашылықтары шешуші рөл атқармайтын бір үлкен нарық ретінде қарастыра отырып, өзінің өндірістік қызметін жүзеге асыратын жаһандық ұйымдардың маркетингі.

Жеке сатылым орыс. *личная продажа* – 1. өндірістік мақсаттағы және ұқсас тауарларды жылжытудың басқа жарнамалық құралдармен салыстырғанда бірқатар артықшылықтарға ие тиімді құралы; 2. тауарды бір адамның екінші адамға тікелей сатуына байланысты белгілі бір мәдениет контекстінде туындайтын қатынастар.

Жеке сатылым орыс. *личная продажа* – сатушы мен сатып алушы арасындағы жеке байланысты қамтитын маркетингтік коммуникацияның жалғыз компоненті, оның барысында өнімнің тұтынушылық сипаттамалары

ауызша түрде ұсынылады және мәміле, сату және сатып алу мүмкіндігі туралы бірлескен шешім қабылданады.

Желіде орыс. *онлайн* (ағылш. *online* «сызықтың бойында») – әлеуметтік желімен тікелей байланысты термин. Нақты осы уақытта желінің бойында болу дегенді білдіреді.

Желідегі кеңесші орыс. *онлайн-консультант* – пайдаланушыларға онлайн-көмекті қамтамасыз ету үшін, әртүрлі тақырыптағы сайттарға арнайы орнатуға арналған бағдарламалық жасақтама.

Желілік жарнама агенттіктері орыс. *сетевые рекламные агентства* – кез келген ұлттық немесе халықаралық жарнамалық-коммуникациялық желіге кіреді.

Желілік этикет, сетикет, нетикет орыс. *сетевой этикет, сетикет, нетикет* (ағылш. *net* «желі», франц. *etiquette* «этикет») – көпшілік ұстанатын мінез-құлық, желідегі қарым-қатынас ережелерінің неологизмі, интернет-қоғамдастықтың дәстүрлері мен мәдениеті.

Жеңілдік орыс. *скидка* – жеңілдік мөлшерін, яғни сатып алушыға сатылатын тауарлардың сату бағасы төмендейтін соманы білдіреді.

Жеңілдіктер жұмасы орыс. *черная пятница* – ресми мереке емес, бірақ көптеген қызметкерлер демалыс алады, тек бөлшек сауда қызметкерлерін қоспағанда, өйткені бұл күні клиенттер легі айтарлықтай артады. Қара жұмада дүкендер таңғы сағат 5-тер шамасында ашылады, ал кейбір ірі сауда желілері тіпті түн ортасында ашылады.

Жеңілдіктер орыс. *льгота* – белгіленген ережелерді, міндеттерді орындаудан толық немесе ішінара босату немесе оларды орындау шарттарын жеңілдету мақсатында берілген белгілі бір артықшылықтар немесе қосымша құқықтар.

Жеткізгіш орыс. *подводка* – постпен бірге жүретін жарнамаға әкелетін мәтін, сұрақ т.б.

Жергілікті акциялар орыс. *локальные акции* – белгілі бір орынға немесе қызмет түріне байланысты акциялар. Мысалы, түнгі клубтарда кештер өткізу, мейрамханаларда сауда маркасын қолдау, жастар байқауларына және дискотекаларға қатысу.

Жергілікті жарнама орыс. *нативная реклама* – сатып алу туралы тікелей және тіпті жанама хабарламаларды пайдаланбайтын өнімді жылжытудың бұл түрі. Бұл жарнамаланған өнімге қатысты пайдалы ақпаратты қамтитын толық мазмұн. Оның нәтижелері де түпкілікті талдау жүйесінде көрсетіледі.

Жетекші буыны орыс. *лидогенерация* – жетекші басқару элементі, нақты байланыс деректері бар әлеуетті клиенттерді табуға бағытталған маркетинг тактикасы.

Жетекші магниті орыс. *лид-магнит* – клиенттің электрондық поштасымен алмасатын ақысыз, пайдалы және тез жүктелетін мазмұн.

Жетекші магниті орыс. *лид-магнит* (ағылш. *lead* «ұсынысқа қызығушылық») – клиенттің электрондық поштасына айырбастайтын ақысыз, пайдалы және бірден жүктелетін контент.

Жетекші нысаны орыс. *лид-форма* – қолданушы әлеуметтік желіде тікелей толтыра алатын өтініш нысаны.

Жетекші скоринг орыс. *скоринг лидов* (ағылш. *scoring* «ұпай жинау») – маркетинг саласындағы термин, ол лидтің қатысу дәрежесін және оның сатып алуға дайындығын білдіреді.

Жетекшілер немесе лиды орыс. *лиды* (ағылш. *lead* «жетекші», «бағыттау, бірінші болу») – бір нәрсеге қызығушылық танытатын және байланыс мәліметтерін қалдырған әлеуетті клиент.

Жинау орыс. *коллекционирование* (лат. *collectio* «жинау») – коллекция жинауға негізделген қызмет, яғни кез келген объектілерді жүйелі түрде жинау және зерттеу, әдетте ғылыми, тарихи немесе көркемдік құндылығы бар біртектес заттарды мақсатты түрде жинау.

Жиынтық (жалпы) рейтинг орыс. *рейтинг совокупный (валовый)* – белгілі бір адамның жарнаманы қанша рет көретінін біле алмағанмен, сол жарнаманың жалпы қанша рет қаралғанын білдіретін аудиторияның тұтастай сипаттамасы.

Жобаның үйлестірушісі орыс. *координатор проекта* – мақсатқа жету үшін бөлінген адамдар мен ресурстардың орынды пайдаланылуын қадағалайтын әкімшілік маман.

Жоғары жиілікті сұраулар орыс. *высокочастотный запрос* – интернетті пайдаланушылар жиі іздейтін сөздер немесе тіркестер. Сондай-ақ, орташа жиілікті және төмен жиілікті сұраулар бар. Жж. сұраныстарын қамтитын сұраныстың нақты ауқымын көрсету мүмкін емес, өйткені әр тақырып өз тақырыбына ие болады.

Жоспар орыс. *план* – нарықта сұранысқа ие тауарлардың өтімділігін жоғарылатуға мүмкіндік беретін әдістердің бірі.

Жосықсыз жарнама орыс. *недобросовестная реклама* – мазмұнында Қазақстан Республикасының заңдарында белгіленген талаптардың бұзылуына жол берілген, басқа өнім берушілер мен тұтынушылардың құқына нұқсан келтіретін жарнама.

Жөнсіз жарнама орыс. *ненадлежащая реклама* – мазмұнына, уақытына, таратылу, орналастырылу орнына және тәсіліне Қазақстан Республикасының заңдарында белгіленген талаптардың бұзылуына жол берілген жосықсыз, дәйексіз, әдепсіз, көрінеу жалған және жасырын жарнама.

Журнал орыс. *журнал* (фр. *Journal* «күнделік, берілген нота», фр. *Jours* «күн, тәулік») – мерзімді баспасөз басылымы.

Журналистика орыс. *журналистика* (фр. *journaliste* «journal», лат. *diurnalis, diurnale* «күнделікті жаңалықтар, жаңалықтар») – баспасөз, радио, теледидар, кино, интернет сияқты ақпарат құралдары арқылы елдегі және әлемдегі жаңалықтар мен оқиғалар, саяси, әлеуметтік, экономикалық,

мәдени, рухани және табиғи құбылыстар жөнінде жұртшылыққа мағлұмат беріп, қоғамдық пікір қалыптастыратын әдеби-шығармашылық қызмет түрі.

Жұмыс беруші орыс. *работодатель* – қызметкер еңбек қатынастарында болатын жеке немесе заңды тұлға.

Жұртшылық орыс. *общественность* – әлеуметтік ұйым ішінде (қызметкерлер, акционерлер, қоғамдық ұйымдардың мүшелері және т.б.) және одан тыс жерлерде (сайлаушылар, салық төлеушілер, жергілікті тұрғындар, әлеуметтік тапсырыс берушілер, серіктестер, тұтынушылар және т. б.) бір немесе бірнеше жеке немесе заңды тұлғалар.

Жүгіртпе жол орыс. *бегущая строка* – теледидардан хабар беріп жатқанда экранның төменгі жағына жазылған қосымша хабар.

Жүйелі талдау әдісі орыс. *метод системного анализа* – күрделі объектілерді жүйелер ретінде ұсыну және осы жүйелерді талдау арқылы зерттеудің принциптері, әдістері мен құралдарын зерттейтін ғылыми-әдістемелік пән.

Жылдық есеп орыс. *ежегодный отчет* – бағалы қағаздар және биржалар жөніндегі комиссияны қоса алғанда, оның акционерлері мен басқа да мүдделі тараптар алдындағы корпорацияның жыл сайынғы қаржылық есебі; балансты, пайда (пайда мен шығындар) туралы есепті, ақша қаражатының қозғалысы туралы есепті қамтиды.

Жылжымалы сауда орыс. *передвижная торговля* – тасып таратуға немесе апарып беруге арнайы машықтанған автодүкендер мен басқа да орталықтар.

Жылу картасы орыс. *тепловая карта* – түс палитрасы арқылы сайт статистикасын визуалдау әдісі. Ол ағымдағы трендтерді қадағалауға, пайдаланушылардың назарын барынша аударатын нысандарды анықтауға мүмкіндік береді. Жылу карталарын салыстырмалы статистикалық талдау үшін интернет – маркетинггерлер, әлеуметтанушылар, инженерлер және зерттеушілер пайдаланады.

Жіберушінің бағасы орыс. *оценка отправителя* – жіберушінің ұпайы азаматтық құқықтар субъектілерінің оларға құқықтары мен оларға қатысты мүдделерін ескере отырып, материалдық және материалдық емес объектілердің құнын белгілеу.

Заңдастыру орыс. *легитимация* (ағылш. *legis* «заң») – қоғамның саяси өміріндегі қандай да бір саяси іс-әрекеттің, саяси әрекет етуші тұлғаның, оқиғаның немесе фактінің қоғамдық мойындалу процедурасы. Ол саясатты және билікті бекітеді, саяси шешімдерді түсіндіріп, ақтайды, саяси құрылымдардың құрылуын, олардың өзгеріске ұшырауын, жаңаруын талқылап, жеткізеді.

Заппинг орыс. *заппинг* (ағылш. *zapping* «соққы») – жарнаманы көрмеу үшін бағдарламаның коммерциялық үзілістері кезінде арналарды ауыстыру үшін теледидарды қашықтан басқару құралын пайдалану тәжірибесі.

Заттаңба орыс. *этикетка* – өнімді таңбалау құралдары, қаптамаға немесе өнімнің өзіне жапсырма, затбелгі түрінде жапсырылған жеке затбелгі.

Зәкір орыс. *анкор* (ағылш. *anchor* «зәкір») – сілтемелер арасында жасалған және сілтеме рейтингіне әсер ететін және бұрын сайтты жылжытуда жетекші рөл атқаратын гиперсілтеме мәтіні.

Зәкір парағы орыс. *анкорный лист* – әр зәкір мен осы зәкірге апаратын сілтеме және парақшалардың қаншалықты қолданылғанын көрсететін сайтқа орнатылған барлық сілтеме мәтіндерінің тізімі.

Зерәйнек орыс. *витраж* (лат. *vitrum* «шыны») – жалпы мағынада: қабырғалардың, терезе немесе есік ойықтарының шыныланған беті; оның ішінде суреттері немесе түрлі-түсті өрнектері бар шыныларды қолдана отырып жасалған қоршау конструкциялары.

Ивент орыс. *ивент* (ағыл. *event* «оқиға») – арнайы іс-шара, оқиғаға арнайы шақырылған (ивент, эвент) аудиторияның пікірі мен мінез-құлқын басқаруға мүмкіндік беретін оқиғалық маркетинг құралы.

Изография – кез келген жазбаны дәл көбейту немесе факсимилиациялау, сондай-ақ шынайы хаттардан, қолжазбалардан және белгілі адамдардың қолтаңбаларынан алынған фотосуреттер жиынтығы.

Изография орыс. *изография* (грек. *equalos* «тең» және *γραφή* «жазба») – кез келген әріптерді дәл көбейту немесе факсимилиациялау, сондай-ақ танымал хаттардан, қолжазбалардан және белгілі адамдардың қолтаңбаларынан алынған фотосуреттер жиынтығы.

Имидж (ағыл. *image* «кескін, сурет») – адамның өз мәртебесіне сәйкес өзін қалай ұстау керектігі туралы қоғамдық пікірде қалыптасқан идеялар жиынтығы.

Имидждік жарнама орыс. *имиджевая реклама* – тұлғаның, ұйымның, брендтің қолайлы имиджін құруға және қолдауға бағытталған маркетингтік коммуникация нысандары.

Имиджелогия орыс. *имиджелогия* – кескіннің өзгеруі мен құрылуына байланысты мәселелерді зерттейтін кескін ғылымы. И. бұл өте жас білім саласы, оның жасы бірнеше онжылдықтардан аспайды.

Имиджмейкер орыс. *имиджмейкер* – тартымды есте қаларлық образ жасайтын маман.

Инвайтинг орыс. *инвайтинг* (ағылш. *inviting* «шақыру») – қазіргі жүйені пайдаланып достарға топқа қосылуға шақыру жіберу. Мақсатты аудиторияны тартудың тиімді әдісі. Бұл әлеуметтік желінің пайда болуының алғашқы күндерінен бастап пайда болды. Оның мәні достарды түрлі іс-шараларға, көпшілікке және топтарға шақырудан тұрады.

Инверсия (лат. *inversio* «аудару, ауыстыру») – кез келген сөздің семантикалық маңыздылығын атап көрсету немесе бүкіл фразаға ерекше стилистикалық бояу беру үшін сөйлемдегі сөздердің әдеттегі тәртібін өзгерту.

Инвестиция орыс. *инвестиция* – табыс табу немесе капиталды сақтау үшін ақша салу.

Инвестициялық портфель орыс. *инвестиционный портфель* – нақты немесе қаржылық инвестициялар жиынтығы. Тар мағынада бұл бір

инвесторға тиесілі және тұтастай басқарылатын әртүрлі типтегі, түрлі әрекет ету кезеңдеріндегі және әртүрлі өтімділік деңгейіндегі бағалы қағаздардың жиынтығы.

Инвестор-рилейшнз (ағыл. *relations* «байланыс») – қаржылық серіктестермен: инвесторлармен, жеке банктермен және қорлармен, мемлекеттік инвестициялық және банктік құрылымдармен байланыс орнатуға және ұзақ мерзімді байланыстар орнатуға бағытталған менеджмент технологиясы.

Инвестор орыс. *инвестор* – пайда табу мақсатында өз қаражатын инвестициялық жобаларға салатын жеке тұлға немесе ұйым.

Инновация орыс. *инновация* – процестердің тиімділігін арттыруды және (немесе) нарық талап еткен өнімнің сапасын жақсартуды қамтамасыз ететін енгізілген немесе енгізілетін жаңалық.

Инсайдер орыс. *инсайдер* (ағылш. *insider*) – көпшілікке қолжетімді емес ақпаратқа қол жеткізе алатын адамдар тобының мүшесі.

Инсайт орыс. *инсайт* – заттың, құбылыстың ең елеулі қасиеттерін, байланыстарын, қатынастарын көрсететін ойлаудың формасы.

Интерактивтілік орыс. *интерактивность* (ағыл. *interaction* «өзара әрекеттесу») – объектілер немесе субъектілер арасындағы өзара әрекеттесудің сипаты мен дәрежесін ашатын ұғым.

Интернет-дүкен орыс. *интернет-магазин* – интернет арқылы тауарларды сататын веб-сайт.

Интернет-маркетинг орыс. *интернет-маркетинг* – клиенттерге өнімді немесе қызметті сату және олармен қарым – қатынасты басқару мақсатында интернет желісіндегі дәстүрлі маркетингтің барлық аспектілерін пайдалану тәжірибесі.

Интернеттегі апталық аудитория орыс. *недельная аудитория интернета* – аптасына кемінде белгілі сағат интернетке үнемі кіретін адамдардың жинақталған саны.

Интернеттегі жарнама орыс. *реклама в интернете* – интернет арқылы таралатын жарнама түрі. Оның түрлері медиалық жарнама, контекстік жарнама.

Интернеттегі кросспостинг (ағылш. *cross* «айқасқан», *posting* «жарияланым») – бір хабарламаны, мақаланы, сілтемені немесе тақырыпты онлайн режимінде автоматты, жартылай автоматты немесе қолмен электрондық пошта мекенжайларына, форумдарға, блогтарға не өзге нысандағы сайттарға немесе жария хат-хабарларға орналастыру немесе жіберу.

Интернеттің белсенді аудиториясы орыс. *активная аудитория интернета* – интернеттегі белсенді аудитория аптасына кемінде 1 сағат өткізетіндерден тұрады.

Интерьер (лат. *interior* «ішкі дүние») – сәулеттік композиция теориясында – объектінің ішкі көрінісі, сыртқы ұғымына қарама-қарсы – ғимараттың немесе құрылыстың сыртқы көрінісі.

Инфлюенсер (ағылш. *influence* «әсер ету») – әлеуметтік желілерде, кең көлемде және адал аудиторияны қолданушы, пайдаланушыны (блогер) инфлюенсер деп атайды, оның жарияланымдары жазылушыларға айтарлықтай әсер етеді.

Инфобизнес орыс. *инфобизнес* – ақпаратты сатудан пайда табу.

Инфографика орыс. *инфографика* (лат. *informatio* «хабардарлық, түсіндіру, баяндау») – күрделі ақпаратты тез және нақты көрсетуге бағытталған ақпаратты, мәліметтер мен білімді берудің графикалық тәсілі.

Информатика орыс. *информатика* (ағылш. *computer science*) – информатика – ақпаратты жинау, сақтау, өңдеу, беру, талдау және бағалау әдістері мен процестері туралы, оны шешім қабылдау үшін пайдалану мүмкіндігін қамтамасыз ететін компьютерлік технологияларды қолдану туралы ғылым.

Инфосмедиа орыс. *инфосмедиа* – іскерлік үйлерде, әуежайларда, вокзалдарда, қалалардың орталық көшелерінде орнатылатын, тұтынушыларға арналған мәтіндік және бейне-ақпараттары бар арнайы ақпараттық киоскілер; электрондық табло, экрандар және т.б.

Инфостиль орыс. *инфостиль* – оқырманға пайдалы мәтіндерді құру тәсілдерінің тұжырымдамасы. Қазіргі заманғы тәжірибені ескере отырып, өткеннің редакторлық идеяларын сауатты өңдеу.

Кадр саясаты орыс. *кадровая политика* – кадр жұмысының басты бағыты; кадрлық әлеуеттің сақталуына, оны бекітуге және дамытуға, нарықтық өзгермелі талаптарына уақытылы бейімделуге қабілетті, өнімділігі жоғары, ұйымшыл ұжымды қалыптастыруға бағытталған мақсаттар мен міндеттерді әзірлеу бойынша қағидалардың, әдістердің, нысандардың жиынтығы.

Кадрлық консалтинг орыс. *кадровый консалтинг* (ағылш. *consulting* «кеңес беру») – кадрлармен жұмыс мәселелері бойынша ұйымдардың басшылары мен мамандарына көрсетілетін консультациялық қызметтер.

Канбан орыс. *канбан* – тапсырмалар карталары бекітілген тақта.

Капча орыс. *капча* – адам енгізген деректерді машиналық енгізуден ажыратуға арналған, әдетте веб-сайттарды спамнан қорғауға, деректерді автоматты түрде алуға арналған арнайы бағдарлама. Басқаша айтқанда, бұл пайдаланушының бот емес, адам екенін тексеретін жүйе (автоматтандырылған бағдарлама).

Картуш орыс. *картуш* (фр. *cartouche* «бұрыштары бүктелген шиыршық түріндегі ою – өрнекті жиектеу») – сәулет өнері мен сәндік өнерде – бұйралармен қоршалған қалқан түріндегі мотив немесе «жартылай бүктелген, көбіне қағаз орамының жыртылған немесе кесілген шеттері бар шиыршық», онда герб, эмблема немесе жазба орналастыруға болады.

Карусель орыс. *карусель* (фр. *carroussel* «ат жарысы») – мәтіннен және сілтемелері бар бірнеше слайдтардан тұратын жарнама форматы. Бұл өнім туралы қосымша ақпаратты интерактивті түрде көрсетуге мүмкіндік береді.

Кастомизация орыс. *кастомизация* (ағылш. *to customize* «белгілі бір тұтынушының қажеттіліктеріне неғұрлым қолайлы ете отырып, бір нәрсені өзгерту») – конструктивті немесе дизайнерлік өзгерістер енгізу арқылы нақты тұтынушылардың тапсырыстарына сәйкес өнімді даралау.

Каталог орыс. *каталог* (грек тілінен. *κατάλογος* «тізім») – бұл объектілерді қандай да бір белгі бойынша іздеуді жеңілдету үшін жасалған объектілер туралы ақпараттың белгілі бір тізімі.

Каттер орыс. *каттер* – әрлеу жұмыстарына арналған кез келген күрделіліктегі пленка графикасын жасау кезінде қалың винил пленкалары мен жұқа жұмсақ пластиктің контурын автоматтандырылған кесуге арналған кескіш құрал.

Кверулянтство орыс. *кверулянтство* (лат. *querulus* «шағымданды») – өзінің құқықтары мен бұзылған мүдделері үшін күресте көрінетін (көбінесе – елестетілген немесе асыра айтылған) еңсерілмейтін ымырасыз қызмет.

Кворум орыс. *кворум* (лат. *quorum praesentia sufficit* «қатысуы жеткілікті») – заңда, ұйымның жарғысында немесе регламентте белгіленген жиналысқа (отырысқа) қатысушылардың саны, осы жиналысты оның күн тәртібіндегі мәселелер бойынша шешім қабылдауға құқылы деп тану үшін жеткілікті.

Кегль орыс. *кегель* (нем. *Kegel* «конус») – әріптің немесе белгінің төменгі және жоғарғы кертілген таңбаларын қоса алғанда, әріптің биіктігінің өлшемі.

Кедергілер (шуыл) орыс. *помехи (шумы)* – жарнамалық коммуникация элементі, коммуникация процесінде үшінші бір тараптан жоспарланбаған араласулар немесе бұрмалаулар пайда болып, соның нәтижесінде алушыға жіберілгеннен өзгеше жарнамалық өтініш келіп түседі.

Кедергілер орыс. *барьеры* – кедергі, кезең.

Кейс-стади орыс. *кейс-стади* (ағылш. *case study* «жағдайлық зерттеу») – әдіс белгілі бір салада, мысалы, бизнесте дамыған жағдайларды егжей-тегжейлі талдауға негізделген.

Кейс әдісі орыс. *кейс-методы* – нақты экономикалық, әлеуметтік және бизнес жағдайлардың сипаттамасын пайдаланатын оқыту техникасы.

Кейс орыс. *кейс* (ағылш. *case* «мән – жайлар») – теориялық идеялар талданатын нақты жағдай.

Кейінге қалдырылған пост орыс. *отложенный пост* – пайдаланушы белгілеген уақытта қосалқы желілерге постарды автоматты түрде орналастыру.

Кейінге қалдырылған трафик орыс. *отложенная конверсия* – кейінге қалдырылған трафик көзі негізінде мақсатқа жеткен визиттердің пайызы.

Кейінгі тестілеу орыс. *посттестирование* (итальян. *posto* «кейін», ағылш. *test* «сынау») – жарнамалық қызметті бақылау жүйесінің элементі; жарнамалық хабарламаның тиімділігі кең ауқымды практикалық зерттеулерді іске асырғаннан кейін анықталады.

Кенес беру орыс. *консалтинг* (ағылш. *consulting* «консультация беру») – қаржылық, коммерциялық, заң, технологиялық, техникалық, сараптамалық қызмет саласындағы кең ауқымды мәселелер бойынша басшыларға, басқарушыларға консультация беру жөніндегі қызмет.

Кенесші орыс. *консультант* – мемлекеттік немесе жеке мекемеде өз мамандығының мәселелері бойынша кеңестер, қорытындылар беретін тұлға ретінде жұмыс істейтін қандай да бір саладағы маман.

Кеңсе орыс. *ведомство* – фирманың ресми штаб-пәтері, ресми өкілдігі, оның басшылары орналасқан үй-жай.

Кепілдендірілген әсерлер орыс. *гарантированные показы* – бұл бірінші бетті шығару нәтижелері бойынша іздеу мәтінмәндік жарнама блогы.

Кепілдендірілген көрсетілім орыс. *гарантированные показы* – Яндексте жарнама орналастыру орындары. Әдетте беттің төменгі жағында орналасқан (кейде іздеу нәтижелерімен тізімнің оң жағында). Бұл атауды пайдаланушыға жарнама беруші көрсеткен кілт сөздерге немесе сөз тіркестеріне сұраныс түскен сайын жарнама көрсетілуіне байланысты алынған.

Кергі орыс. *растяжка* – жарнамалық кескіндер мен жазулар бар үлкен төсемдер.

Кері байланыс орыс. *обратная связь* (ағыл. *feedback* «кері беру») – кез келген әрекетке немесе оқиғаға кері байланыс, жауап беруді білдіреді.

Кері байланыс орыс. *обратный звонок* – сайтқа кірушінің ұйыммен байланысы үшін заманауи онлайн – маркетинг құралы.

Кері байланыс орыс. *фидбэк* (ағылш. *feed* «тамақтандыру, қамтамасыз ету», *back* «артқа, кейін қарай») – аудиторияның нарық операторының кейбір әрекеттеріне реакциясын байқай отырып, жаңа өнімді шығару, бағаны көтеру, жарнама және т. б. қызмет түрлерін көрсету.

Кері байланысты қабылдау орыс. *аутрич* (ағылш. *outreach* «кеңейю, насихаттау, үстем болу») – сенімді сайттардан жарнамалық ресурсқа сілтемелер алу, тақырыптық байланысы бар ресурстардағы материалдарға сілтемелер алу, жарнамалық блоктардағы сілтемелерді қабылдау, баннерлерді орналастыру.

Кері жауап орыс. *ответная реакция* (латын. *reactio* «кері әрекет») – сөйлесу кезінде айтылғанды растау, ақпаратты игергеніңізді көрсету және оны өз сөзіңізбен қайталау арқылы түсінбеушіліктен аулақ болуға тырысу.

Кері қатысымдық байланыс орыс. *обратная коммуникативная связь* (лат. *communicativus* «бірігу, қосылу») – естіген, оқыған немесе көрген нәрсеге реакция беру. Ақпарат (вербалды немесе бейвербал күйде) хабарды түсінгенін, оған сенім білдіргенін, хабарды меңгергенін немесе онымен келіскенін байқатып, хабарламаны жіберушіге кері қайтарылады.

Кері сілтеме орыс. *бэклинк* (ағылш. *backlink* «кері сілтеме») – бастапқы интернет-ресурсқа белсенді гиперсілтемелер.

Кескін-жарнама орыс. *имидж-реклама* – адамның, ұйымның, брендтің қолайлы имиджін құруға және қолдауға бағытталған маркетингтік коммуникация формалары.

Кескін жасаушы орыс. *имиджмейкер* – кескінді жасау және түрлендірумен кәсіби түрде айналысатын адам.

Кескін орыс. *имидж* – адамның өз мәртебесіне сәйкес өзін қалай ұстау керектігі туралы қоғамдық пікірде қалыптасқан идеялардың жиынтығы.

Классификациялық жарнама орыс. *классификационная реклама* – мұндай хабарландырулар газеттің ерекше және маңызды сапасы. Олар тауарларды, қызметтерді және кез келген түрдегі мүмкіндіктерді – жылжымайтын мүлікті сатып алудан және жаңа автомобильдерді сатудан бастап, жаңа жұмыс орындарын құруға және әр түрлі маңызды бизнес ұсыныстарға дейін жарнамалайды.

Кластерлік талдау орыс. *кластерный анализ* – бірқатар объектілерді сипаттайтын көптеген көрсеткіштер (объективті де, субъективті де) негізінде мүмкіндік беретін көп өлшемді талдаудың математикалық рәсімі, бұл әртүрлі бірліктер, адамдар, топтар немесе қоғамдар сияқты жалпы сипаттамалар бойынша біріктіруге болатын статистикалық әдіс.

Клиенттердің кетісі орыс. *отток клиентов* – сіздің компанияңызбен кез келген қарым-қатынасты тоқтататын пайдаланушылар саны.

Кликабельділік немесе **шерту мүмкіндігі** орыс. *кликабельность* – жарнамалық хабарламаға немесе баннерге клик санының хабарландыру деректерін көрсетудің жалпы санына қатынасы арқылы анықталатын көрсеткіш, ол пайызбен есептеледі.

Кликбейт орыс. *кликбейт* (ағыл. *clickbait* «нұқу», *bait* «жем») – интернеттегі жарнамалардан, әсіресе ақпараттың сапасына немесе дәлдігіне зиян келтіретін веб-мазмұнды сипаттайтын кемсітушілік термин.

Кликфрод (ағылш. *click fraud* «алаяқтық клик») – жарнамалық сілтемені, жарнаманы, баннерді адам немесе бағдарламалық жасақтама жарнамасына қызығушылық танытпайтын жалған шертулер.

Когорта орыс. *когорта* (лат. *cohors* «оннан бір бөлігі») – демографияда сол уақыт аралығында белгілі бір демографиялық орын алған адамдар жиынтығы.

Когорттық талдау (латын. *cohort* «әскери отряд») – тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу әдістерінің бірі, уақыт өте келе бір немесе бірнеше когорттың әлеуметтік мінез-құлқындағы өзгерістерді салыстырмалы талдау. Когорттық талдау белгілі бір уақыт аралығында белгілі бір әрекетті жасаған адамдардың тар топтарының (когорттардың) мінез-құлқын көрсетеді.

Колонтитул немесе **деректеме** орыс. *колонтитул* (нем. *kolumnentitel*, *kolumne* «баған», *titel* тақырып) – басылым туралы кейбір анықтамалық деректерді қамтитын, мысалы, басылым құрылымының элементі, автордың тегі, кітаптың (журналдың, мақаланың) атауы, бөлімнің тақырыбы, әр беттің мәтінінің үстінде орналасқан сөздіктердегі бастапқы әріптер немесе мақалалардың тақырыптары.

Коммерциялық акт орыс. *коммерческий акт* – тасымалданатын жүктің жоғалуы, жетіспеуі, бұзылуы немесе бүлінуі жағдайларын растайтын негізгі құжат.

Коммерциялық тауарлар туралы ақпарат орыс. *коммерческая товарная информация* – негізгі ақпаратты толықтыратын және өндірушілерге, жеткізушілер мен сатушыларға арналған, бірақ тұтынушыға қолжетімді емес өнім туралы ақпарат.

Коммуникант орыс *коммуникант* – байланысқа түсушілердің бірі. Ақпаратты беруге немесе қабылдауға қатысатын тұлға.

Коммуникатор орыс. *коммуникатор* – коммуникативті процесте ақпаратты тікелей беретін адам, адамдар тобы немесе ұйым.

Коммуникологиялық зерттеу орыс. *коммуникологическое исследование* – коммуникологиялық зерттеу міндеттерін шешуге қажетті танымдық және ұйымдастырушылық әрекеттердің белгілі бір реттілігі.

Компанияның сәйкестендіру белгілері орыс. *знаки идентификации фирмы* – фирманың немесе тауарлық белгінің тұтынушыға дейінгі тауарлардағы, қызметтердегі, ақпараттағы кәсіпорынның сыртқы бейнесі.

Компанияның сыртқы имиджі орыс. *имидж фирмы внешний* – сыртқы қоғамдық топтардың көз алдындағы ұйымның бейнесі.

Компанияның ішкі имиджі орыс. *имидж фирмы внутренний* – қызметкерлер алдындағы ұйымның бейнесі.

Компендиум орыс. *компендиум* (лат. *compendium* «үнемдеу, қысқарту») – жарнама және дизайн саласында қолданылатын маркетингтік термин, негізгі ережелерді қысқаша баяндау.

Конвенция орыс. *конвенция* (лат. *conventio* «жиналу, келісу») – қандай да бір арнайы, техникалық мәселе бойынша мемлекеттер арасындағы шарт, келісім.

Конверсия көрсеткіштерін оңтайландыру орыс. *оптимизация показателей конверсии* – сайттағы конверсияны арттыруға бағытталған сандық маркетингтің саласы.

Конверсия көрсеткіші орыс. *показатель конверсии* – сайтта белгілі бір мақсатты әрекетті жасаған келушілердің пайызы.

Конверсия орыс. *конверсия* – қандай да бір мақсатты әрекеттерді орындаған және пайызбен көрсетілген сайтқа кірушілер санының сайтқа кірушілердің жалпы санына қатынасы.

Конверсиялық маркетинг орыс. *конверсионный маркетинг* – сайтқа кірушілер мен сауда алаңдарын клиенттерге айналдыруға (түрлендіруге) бағытталған интернет-саудада қолданылатын маркетингтің бір түрі.

Конгресс (лат. *congressus, congređi* «бірге жиналу») орыс. *конгресс* – 1. бейбітшілік орнату немесе саяси істерді шешу үшін мемлекеттер өкілдерінің немесе олардың уәкілдерінің съезі. 2. ғылымдағы даулы мәселелерді талқылау үшін ғалымдар съезі

Консалтинг орыс. *консалтинг* – коммерциялық, қаржылық, саяси және басқа да қызметтер саласындағы салалық принципке сәйкес кеңес беретін

арнайы фирмалардың қызметі; зерттеулер, өлшеулер, болжау, сараптама жүргізу.

Консенсус (лат. consensus «келісім») орыс. *консенсус* – кәдімгі қолдануда пікірлер бірлігін, адамдардың өзара келісімін білдіреді.

Консюмеризм орыс. *консюмеризм* – тұтынушылардың, сатып алушылардың сатушылар мен тауар өндірушілерге қатысты құқықтары мен ықпалын кеңейту, тұтынушылар қоғамын құру үшін ұйымдасқан қозғалыс.

Контактор орыс. *контактор* (латын. *contāctor* «жанасушы») – жарнама агенттігінің тапсырыс берушінің мүдделерін қамтамасыз ететін қызметкері, клиенттің жұмыс тобының жетекшісі (жобаның жауапты орындаушысы).

Контент-маркетинг – мақсатты аудиторияны тарту үшін сұранысқа ие мазмұнды құрудың және таратудың маркетингтік технологиясы.

Контент-талдау орыс. *контент-анализ* – мазмұнның белгілі бір бірліктерін тіркеу арқылы мәтіндердің нақты сипаттамаларын анықтау және бағалау әдісі, сондай-ақ мәтіннің жеке фрагменттерінде осы бірліктердің айтылу жиілігі мен көлемін жүйелі түрде өлшеу.

Контент (лат. *content* «мазмұны») – сайтты ақпараттық толықтыру. Мәтіндер, графикалық, аудио, бейнеақпарат, сондай-ақ газеттің, мақалалар жинағының, материалдардың, телебағдарламалардың жалпы ақпараттық мазмұны.

Контентке жетекшілік (ағылш. *curated content*) – компаниялар мен жеке адамдар өз бизнестерін жылжыту үшін қолданатын контентті маркетингтің бір түрі, белгілі бір тақырыпқа немесе салаға қатысты ақпаратты жинау, жүйелеу және қайта жариялау.

Контрафактілі тауар орыс. *контрафактный товар* (латын. *contrafactio* «жасанды») – зияткерлік меншік нысанын құқық иесінің рұқсатынсыз өндірілген кез келген тауар немесе тауарға енгізілген өзгеріс, пайдаланудың кез келген түрі.

Контрафактілік орыс. *контрафакция* (латын. *contrafactio* «жасанды») – пайда көру, тұтынушыларды жаңсақ ойға жетелеу немесе бәсекелестерін шығынға түсіру мақсатымен танымал тауар белгісін заңсыз пайдалану немесе қолдан жасау.

Конформизм орыс. *конформизм* – бейімделу, қолданыстағы тәртіпті, басым пікірлерді пассивті қабылдау; өз ұстанымының болмауы, ең үлкен қысым күші бар кез келген үлгіні қағидатсыз және сынсыз ұстану.

Концептуалист орыс. *концептуалист* – белгілі бір өнімнен брендке ауысатын жарнама тұжырымдамасының жақтаушысы, ізбасары.

Кооперативті жарнама орыс. *кооперативная реклама* – бұл белгілі бір тауар маркасына емес, тауардың толық ассортиментіне деген қажеттілікті тудыратын жарнама.

Копипаст орыс. *копипаст* (ағылш. *copypaste* «көшіру және қою») – сыртқы көздерден мақалаға көшірілген мәтін.

Копирайтер орыс. *копирайтер* – жарнаманың негізгі тақырыбын және PR – хабарламаны, оның ішінде оның барлық мәтіндік компоненттерін –

сценарий, ұран, хабарлама, плакаттар мен тақырыптардың қолтаңбалары, кейде белгілер – суреттерді ұсынатын жарнамалық және PR – стратегияның авторы.

Корпоративтік мақсат орыс. *цель корпоративная* – жалпы компания үшін негізгі көрсеткіштер жиынтығы. Басқаша айтқанда, ұйымның корпоративтік мақсаттары компанияның стратегиялық көрсеткіштері деп айтуға болады.

Корпорация орыс. *корпорация* – жалпы және нысандандырылған, негізінен экономикалық, сондай-ақ әлеуметтік, саяси және басқа мүдделермен біріктірілген ұйым немесе ұйымдар тобы.

Көгілдір мұхит стратегиясы орыс. *стратегия голубого океана* – бұл басқа компаниялармен тауарлар немесе қызметтер нарығындағы бәсекелестік қарама-қайшылықтан аулақ болу жолы.

Көлденең әртараптандыру орыс. *диверсификация горизонтальная* – маркетингте қолданыстағы қызметпен тікелей байланысты емес, бірақ бірдей нарықтық мақсаттарға қызмет ететін жаңа нақты қызметті құру

Көлемді сауда белгісі орыс *объемная марка* – фирмалық стильдің элементі, көлемді орындаудағы тауар белгісі.

Көлеңке жазушы орыс. *гострайтер* (ағыл. *ghostwriter* «аруақ рухы, көлеңке жазушы») – басқа адам үшін мәтіндер жазатын адам.

Көлік құралдарындағы жарнама орыс. *реклама на средствах транспорта* – заманауи және әртүрлі жылжыту түрі. Бүгінгі таңда жарнама кез келген көлік құралының бортында – автомобиль, трамвай, троллейбус, автобус, пойыз, ұшақ және тіпті зымыран тасығышта болады;

Көліктік жарнама орыс. *транспортная реклама* – 1. тасымалдаушылары көлік құралдарының борттарында, күту залдарында, перрондарда, аялдамаларда және т.б. орналасқан сыртқы жарнаманың нысаны; 2. тасымалдаушылары көлік құралдарының салондарында орналасқан көлік.

Көпарналы дәйектілік орыс *многоканальная последовательность* – трафик көздері, олардың өтелімділігі және пайдаланушының сатып алу жолындағы маңыздылығы туралы есеп.

Көпмәртелік рұқсатнама орыс. *мультивиза* (лат. *multum* «көп», фр. *visa* «рұқсат») – нақты көрсетілген қолданылу мерзімі ішінде Шенген елдеріне бірнеше мәрте баруға мүмкіндік беретін рұқсат белгісі.

Көпөлшемді тестілеу орыс. *многомерное тестирование* – статистикалық модельге негізделген тест, тек бір айнымалыны тексеруге мүмкіндік беретін опция тестісінен (A/B Split) айырмашылығы бірнеше айнымалыны бір уақытта байқауға мүмкіндік береді.

Көпшілікпен қарым-қатынас орыс. *публик-релейшнз* (ағылш. *public relations* «көпшілікпен қарым – қатынас») – мемлекеттік және қоғамдық ұйымдар мен әлеуметтік құрылымдар арасындағы қарым-қатынастар жүйесі; қоғаммен байланыстардың жаңа кәсіпкерлік саласы; қоғам мен ұйымдар арасындағы өзара түсінушілікке қол жеткізуге бағытталған қызмет.

Көпір орыс. *мост* (көне славян. *мость* «қоршау») – тікелей эфирге шығу, тікелей қосылу.

Көркемдік жетекші орыс. *арт-директор* – көркем немесе басқа шығармашылық бөлімінің немесе медиа-жобаның жетекшісі, «жобаны жүзеге асырушы», жарнамалық қызмет, баспа қызметі, фильм, дизайн, мейрамхана бизнесі, теледидар сияқты әртүрлі қызмет салаларындағы ұқсас басқару позицияларының жалпы атауы.

Көрме-сату орыс. *выставка – продажа* – тауарлар, өнімдер сатылымы жүзеге асырылатын көрме.

Көрме-сөре орыс. *витрина* – витринаны дүкен ғимаратының, сауда кешенінің немесе мұражайдың сыртқы бөлігінің жылтыратылған бөлігі деп атауға болады, бұл көшедегі тауарлардың экспозициясын көруге мүмкіндік береді.

Көрме орыс. *выставка* – экономика, ғылым, техника, мәдениет, өнер саласындағы және қоғамдық өмірдің басқа да салаларындағы жетістіктерді көпшілікке таныстыру.

Көрнекілік орыс. *иллюстрирование* – жарнамалық мәтінді фотосуреттермен, суреттермен, символикалық элементтермен, схемалармен және басқа көрнекіліктермен қамтамасыз ету.

Көшбасшы орыс. *лидер* – саяси партияның, қоғамдық-кәсіби ұйымның жетекшісі. Қандай да бір жарыста бірінші болып келе жатқан адам.

Көшбасшылардың біліктілігі орыс. *квалификация лидов* – мақсатты аудиторияны (әлеуетті клиенттерді) әр түрлі критерийлер бойынша жүйелеу, бағалау процесі: қабілеттілік, дайындық, брендтің тауарларын немесе қызметтерін сатып алушы болуға деген ұмтылыс.

Көшбасшылық стилі орыс. *стиль руководства* – басшыға тән бағыныштыларға әсер ету әдістерінің жүйесі.

Креатив ағылш. *креатив* (ағыл. *creative* «шығармашылық») – бизнесте (әдетте жарнама) проблеманы стандартты емес жолмен шешу, клиенттің мәселесін шешетін өзіндік идея.

Креатор орыс. *креатор* (ағылш. *creator* «жасаушы») – жаңа жарнамалық идеяларды әзірлеу мен жүзеге асыруға жауап беруші адам. К. – бұл негізінен бренд жасаушы. К. міндеті – жарнама науқанының тапсырыс берушісінің барлық талаптарын орындау және сонымен бірге мақсатты аудиторияны қуанту.

Кросс-арналық маркетинг орыс. *кроссканальный маркетинг* – маркетингтің бір түрі, мұнда компания тұтынушыларды сату шұңқырынан тегіс жылжыту үшін біртұтас аналитикалық өрісті құрайтын бірнеше арналар мен брендті жылжыту құралдарының комбинациясын қолданады.

Кросс-промоушн орыс. *кросс-промоушник* (ағылш. *cross promotion* «ой, тұжырымдама») – екі немесе одан да көп компанияның тауарды өткізуге, хабардар болуды арттыруға бағытталған бірлескен бағдарламаларын іске асырған кездегі тоғыспалы жылжыту, компанияны (тауарды) жылжыту технологиясы.

Кросс-сату орыс. **кросс-продажа** (ағылш. *cross – selling* «айқас – сатулар») – кредиттік ұйымның қандай да бір банктік өнімді рәсімдеуші бұрыннан бар немесе жаңа клиентке басқа да қосымша және өзара байланысты өнімдерді немесе қызметтерді сатып алуды ұсынуы.

Купон орыс. *купон* – өнімді сатып алу кезінде жеңілдік алуға болатын билет немесе құжат.

Купондау орыс. *купонирование* – жарнама сатып алушыға жеңілдік беретін арнайы кесілген немесе кесілген купонмен жабдықталған кезде тауарлар мен қызметтерді өткізу әдісі.

Кілт сөз орыс. *ключевое слово* (франц. *parole* «сөз») – белгіленген құпия сөз қолданушының компьютер жүйесіне еніп, ондағы бағдарламаларға немесе ақпаратқа рұқсат алу үшін пернетақтадан терілетін символдардың құпия тізбегі. Кілт сөз жеке ақпаратқа қолсұғушылықтан сақтап, ақпаратыңыздың қауіпсіздігін қамтамасыз ететін бірден-бір құрал.

Кілт сөздердің операторы орыс. *операторы ключевых слов* (латын. *operātor* «жұмысшы, өндіруші») – сайтқа мақсатсыз өтулерді болдырмауға және әсердің дәлдігін арттыруға, сонымен қатар жарнама берушінің веб-сайтына жалпы трафиктің санын едәуір азайтуға және жарнамалық науқанға зиян келтірмеуге мүмкіндік беретін нышандар мен белгілер.

Кіру беті орыс. *страница входа* – сайттың пайдаланушысы сапарын бастайтын орны – сайт қонағы ашқан басқы бет.

Кіріс маркетингі орыс. *входящий маркетинг* — интрузивті жарнаманы қолданбай, аудиторияның назарын өнімге аудару үшін қолданылатын интернет-жарнамалық құралдардың (әлеуметтік желілердегі сапалы мәтіндер мен инфографика, сондай – ақ бейнематериалдар, подкасттар және т.б.) жиынтығы.

Кіріс сілтемесі орыс. *входящая ссылка* сіздің сайтыңызға үшінші тарап сайтынан апаратын гиперсілтеме.

Кіріспе жарнама орыс. *реклама вводящая* – жарнамалық спираль кезеңдерінің бірі.

Кітап жарнамасы орыс. *книжная реклама* – егер кітап жарнамасы рухани құндылықтарды насихаттау болса, онда жарнама мәтінін құрастырушының өз көзқарасы бойынша оқырманға қатысты белгілі бір құндылықтарды таңдау аспектісі ерекше маңызды болады.

Кэш орыс. *кэш* (ағылш. *cache* «қағаз ақша») – маңызды компоненті әр түрлі және аппараттық қамтамасыз ету, компьютерлік жүйенің деректеріне, қатты дискілерге, веб-шолғышқа және басқаларға қол жеткізу уақытын едәуір қысқартады (яғни, суреттер, веб-беттер, мессенджердегі хабарламалар және т.б. тезірек ашылады). Ағылшын тілінде кэш – бұл салықтан жасыруға болатын және көлеңкелі операцияларда белсенді қолданылатын қағаз ақша.

Кэшбэк орыс. *кэшбек* (ағылш. *cash* «қолма – қол ақша», *back* «артқа»), – ақшаны қайтару, кез келген сатып алу үшін ақшаны қайтару; ақшамен, атап айтқанда қолма-қол ақшаны қайтару және интернет-сауда, банк ісі және ойын

бизнесі саласында клиенттерді тарту және олардың адалдығын арттыру үшін қолданылатын бонустық бағдарламаның бір түрінің белгісі.

Қадағалау пикселі орыс. *пиксель отслеживания* (ағылш. *pixel, picture* «сурет», *element* «элемент») – 1. пайдаланушыларға веб – парақтардың қаралымын, жарнамалардың көрсетілімін, конверсияларды және басқа да онлайн әрекеттерді бақылауға мүмкіндік беретін әдіс. 2. келушілердің әрекеттерін бақылау үшін мақсатты парақшаға немесе ұсыныстар парақшасына орналастыруға болатын HTML кодының үзіндісі.

Қажеттілік орыс. *потребность* – адамның өмір сүруі мен дамуы үшін қажетті объектілерге деген қажеттілігінен туындаған және оның қызметінің көзі ретінде әрекет ететін жеке адамның жағдайы.

Қайта басу орыс. *репринт* (ағылш. *reprint* «қайта басып шығару») – бұрын басып шығарылған түпнұсқаны суретке түсіру арқылы алынған баспа басылымы, оның нақты көшірмесі.

Қайта жазушы орыс. *рерайтер* – бастапқы мәтіндік материалдарды одан әрі пайдалану мақсатында өңдеу. Копирайтингтен айырмашылығы, жазылған мәтін негізге алынады, мағынасын сақтай отырып, өз сөздерімен жазу.

Қайта орналастыру орыс. *перепозиционирование* – кез келген жарнама берушінің, әр брендтің алдында тұрған міндет. Қайта орналастыру көптеген брендтерге қажет.

Қайырымдылық орыс. *благотворительность* – қайырымдылық қызметті жүзеге асыру үшін құрылған үкіметтік емес, мемлекеттік емес ұйым.

Қақпақ орыс. *закрышка* – радио жарнама.

Қалқанды жарнама орыс. *щитовая реклама* – сыртқы жарнаманың бір түрі.

Қамтылу орыс. *охват* – белгілі бір жарнама құралымен немесе белгілі бір уақыт ішінде байланыс құралдарымен байланысқан мақсатты аудитория өкілдерінің саны.

Қара PR орыс. *грязный (черный) пр* – бұл кез келген ақпараттық шабуыл, оның басты міндеті – бәсекелес тараптың бизнесін, корпоративтік байланыстарды, белгілі бір адамның беделін жою.

Қарсы бағдарламалау орыс. *контрпрограммирование* – бәсекелес телеарнаның рейтингтік бағдарламасын, арнаның көрермендерін өзінің теледидар өрісіне тарту үшін бәсекелес бағдарламаның аналогын орналастыру үдерісі.

Қарсы маркетинг орыс. *противодействующий маркетинг* – маркетинг бірқатар тауарлар мен қызметтерге деген сұраныс иррационалды болғанда, тұтынушының немесе қоғамның игілігін қамтамасыз ету мақсатында жүзеге асырылатын маркетинг.

Қарсы насихат орыс. *контрпропаганда* (латын. *contra* «қарсы», *propaganda* «тарату») – 1. белгілі бір идеологиялық насихатпен күресуге

бағытталған шаралар кешені; 2. жарнамаланатын тауар немесе қызмет түрлерінің теріс жағын көрсетуді көздейтін тәсіл.

Қарсыласу орыс. *конфронтация* – әлеуметтік жүйелердің, таптық мүдделердің, сенімдердің қарама-қайшылығы, оппозициясы, қақтығысы (мысалы. саяси қарсыластық, әскери конфронтация, көзқарастар қарсылығы).

Қателік орыс. *ошибка* – эталон ретінде қабылданған объект немесе құбылыс (материалдық объект, мәселені шешу, қажетті нәтижеге әкелетін әрекет) пен бірінші объектімен салыстырылған объект/құбылыс арасындағы сәйкессіздік.

Қатынас орыс. *общение* – тіл немесе ым-ишара арқылы ақпарат алмасу.

Қатысу немесе тартылу орыс. *вовлеченность* – қызметкерлерді мүмкіндігінше жақсы жұмыс істеуге итермелейтін физикалық, эмоционалды және интеллектуалдық жағдай. Бастапқыда тарту тұжырымдамасын әлеуметтік психологтар адамдардың рөлге бейімделу дәрежесін бағалау үшін қолданған.

Қатысым (трафик) орыс *посещаемость (трафик)* (ағылш. *traffic* «қозғалыс») – белгілі бір уақыт кезеңіндегі (күн, апта, ай) сайтқа кірушілердің саны.

Қауіпсіз жарнама орыс. *сохранная реклама* – мақсаты нарықта бұрыннан сатылып келе жатқан және сатып алушылар онымен жақсы таныс бұрын жарнамаланған тауарларға сұранысты қолдау болып табылады. Ол ұқсас сипатқа ие, сондықтан оны толығымен қолдануға болмайды.

Қиылысатын аудитория орыс. *пересекающаяся аудитория* (лат. *audītōrium* «тыңдауға арналған бөлме») – бірнеше жарнамалық медиа үшін ортақ аудитория.

Қоғамдық капитал орыс. *паблицитный капитал* – ақша баламасымен өлшенетін қоғамдық объект туралы белгілі барлық ақпараттың сапалық және сандық жиынтығы.

Қоғамдық көңіл – күй орыс. *общественное настроение* – белгілі бір уақыт аралығындағы нақты бір әлеуметтік топтардың сезімдері мен ақыл-ойларының басым жағдайы.

Қоғамдық менеджмент орыс. *комьюнити – менеджмент* (ағылш. *community managment* «менеджер сообщества») – онлайн және офлайн сияқты желілік иерархиясы бар қоғамдастық/құрылымдар. Мұндай қауымдастықтардың мысалдары ретінде әр түрлі деңгейдегі құрылымдарды бөліп көрсетуге болады. Википедия қауымдастығы, еріктілер ұйымдары, өзін – өзі реттейтін ұйымдар, ойын гильдиялары мен кландар және т. б.

Қоғамдық пікір орыс. *общественное мнение* – адамдардың мүдделері мен қажеттіліктеріне әсер ететін әртүрлі өмірлік топтардың оқиғалары мен процестеріне қатынасы (жасырын немесе айқын) көрінетін бұқаралық сананың түрі.

Қоғамдық сана орыс. *общественное сознание* – қоғамдық болмысты бейнелейтін және оған әсер ететін сезімдер, көңіл-күйлер, көзқарастар,

идеялар, теориялар жиынтығындағы қоғамның рухани өмірі. Адамдардың рухани іс-әрекетінде әртүрлі элеуметтік топтардың, таптардың, ұлттардың, тұтастай қоғамның мүдделерін, идеяларын көрсету.

Қоғаммен байланыс (ағылш. public relations, PR «қоғаммен байланыс») – коммуникациялық менеджмент технологиясы; фирма мақсатты аудиториялардың үміттеріне жауап беру үшін және объективті ақпарат арқылы іс-әрекеттері, пікірлері немесе пікірлері компанияның қызметіне немесе дамуына әсер етуі мүмкін адамдардың уәжіне әсер ету үшін пайдаланатын маркетингтік коммуникацияның бір түрі.

Қоғаммен байланыс бағдарламасы орыс. *программа по связям с общественностью* – жылдық немесе қысқа мерзімді қамтитын және қоғамдық пікір мен қоғамдық қатынастарға жүйелі, мақсатты әсер ету стратегиясының негізін құрайтын құжат.

Қоғаммен байланыс компаниясы орыс. *компания по связям с общественностью* – бәсекелестіктің қоғамдық-экономикалық және саяси жүйелерінде объект (идея, тауар, қызмет, персоналия, ұйым – фирма, бренд) бейнесін осы бейнені өмірде мінсіз және қажетті етіп бекіту мақсатында элеуметтік топтың құндылықтар қатарына құру және енгізу технологиялары.

Қойма дүкені орыс. *магазин – склад* (ағыл. *warehouse store*) – халыққа, сондай-ақ кәсіпорындарға (жеке кәсіпкерлерге) кейіннен қайта сату, ұсақ өндірісте пайдалану немесе халыққа қызмет көрсету үшін арнайы жабдықталған ыдыстармен (жәшіктер, контейнерлер және т.б.) әмбебап ассортименттегі азық-түлік немесе тұрмыстық тауарларды сататын, сауда залының ауданы 650 шаршы метрден басталатын бөлшек сауда кәсіпорны.

Қолайлы екендігін тестілеу орыс. *тестирование практичности* (ағыл. *usability testing*) – пайдаланушылардың веб-сайтты немесе бағдарламалық жасақтаманы интуитивті түрде қолдана алатындығын немесе бағдарлай алатындығын анықтайды.

Қолтаңба орыс. *подпись* – адамды анықтауға қызмет ететін белгілі бір дизайн әдістерін қолдана отырып, қолмен жазылған таңбалардың ерекше жиынтығы.

Қондырғы бет орыс. *лендинг* (ағылш. *landing page*, «қону беті») – негізгі міндеті мақсатты аудиторияның байланыс деректерін жинау болып табылатын веб-бет.

Қону беті орыс. *посадочная страница* (ағылш. *landing page* «қону беті») – негізгі міндеті мақсатты аудиторияның байланыс деректерін жинау болып табылатын веб-бет. Жарнаманың тиімділігін арттыру, аудиторияны көбейту үшін қолданылады.

Қорғаныс белгісі орыс. *защитная марка* – сауда белгісімен бір уақытта тіркеледі және оған ұқсас белгілерді қорғау үшін қолданылады. Мысалы, белгілі Adidas сауда белгісі үшін ABIBAS, ADIBAS, AIDAS, ADIDA және т.б. қорғаныс маркасы ретінде тіркелуі мүмкін.

Қорғаныс кідірісі орыс. *защитная пауза* – бір-бірімен бәсекелес фирмалардың жарнамалары арасында болуы керек ең аз уақыт кезеңі. Халықаралық тәжірибеде қорғаныс үзілісі 15 минутқа жетеді.

Қосымша ақпарат орыс. *вторичная информация* – нақты маркетингтік зерттеу мақсаттарынан басқа мақсаттар үшін бұрын жиналған деректер.

Қуат орталығы немесе **Үлкен қорап** орыс. *поуэр-центр* немесе *биг-бокс* (ағылш. *power center* немесе *big – box center*) – канадалықтарда немесе ағылшындарда достық орталығы ретіндегі белгілі алып ғимарат. Оның көлемі 23 000 – нан 56 000 шаршы метрді құрайды.

Құжат орыс. *документ* (лат. *documentum* «үлгі, куәлік, дәлелдеу») – 1. тар көлемді, күнделікті төлқұжат, жекелік куәлігі; 2. ұлғаймалы, тасымалды бір нәрсеге куә болатын, дәлел болатын: шығарма өнері, сызу, сурет, магнитті баспа т.б. 3) қолданбалы бағдарламалар көмегімен пернелер арқылы енгізілген тілшелерді пайдаланып құрастырылған немесе дискіде сақталып тұрған, бұрын даярланған ақпараты бар, кез келген материалдық нысан.

Құпия сатып алушы орыс. *тайный покупатель* – тауарды немесе қызметті сатып алу барысында клиенттің алған тұтынушылық тәжірибесін бағалауға бағытталған маркетингтік зерттеу шеңберінде, сондай-ақ ұйымдастырушылық міндеттерді шешу мақсатында, мысалы, ұйым қызметкерлерінің клиенттерге қызмет көрсету стандарттарын сақтау деңгейін өлшеу үшін қолданылатын зерттеу әдісі.

Құрылым орыс. *истеблишмент* (ағылш. *establishment* «негіз») – басымдылыққа ие басқарушы қоғамдық топтар, қалыптасқан билік жүйесі; элита.

Қыдыртпа (стационарлық емес) сауда орыс. *разносная (нестационарная) торговля* – сауда объектілерінен тыс жерлерде, атап айтқанда ұйымдарда, көлікте, үйде немесе көшеде сатушының сатып алушымен тікелей байланысы арқылы кезбе саудагерлер жүзеге асыратын сауда.

Қызмет маркасы орыс. *марка услуги* – мәні бойынша ол тауарлық белгімен бірдей, тек тауарларды сату нарығында емес, қызметтерді ұсыну нарығында – қызметтің ауызша атауы немесе графикалық белгісі және тұтынушылар қызметтер бренд туралы не білетіні, не ойлайтыны.

Қызығушылық көрсеткіші орыс. *показатель вовлеченности* – тауарға, делдалға немесе хабарламаға тұтынушылық қызығушылық көрсеткіші.

Лайк, лүпіл орыс. *лайк, нравится* (ағылш. *like* «ұнайды») – интернеттегі мәтіндік немесе мультимедиялық мазмұнға деген жанашырлықты білдіретін әрекет.

Лайтбокс орыс. *лайтбокс* (ағыл. *lightbox* «жарық бокс») – ішкі жағынан өте тегіс жарықпен жарықтандырылған үлкен беті бар жеңіл қорап. Белгілерді және сыртқы жарнаманың басқа түрлерін орындаудың ең танымал және үнемді түрі.

Лайтпостер орыс. *лайтпостер* – жаяу жүргіншілер көшелерінде, тротуарларда, аялдамаларда, сирек жағдайларда бөлу жолағында орналасқан жеке, тік жарнамалық құрылым.

Легитімділік орыс. *легитимность* (лат. *legitimus* «заңды») – қоғамның, халықаралық ұйымдардың, мемлекеттердің ресми биліктің заңдылығын мойындауы.

Лединг прототипі орыс. *прототип лендинга* (ағылш. *landing page* «бастапқы парақша») – интерфейстің пішімі немесе сұлбасы. Оны қағазға қолмен сызуға немесе мамандандырылған қызмет түрі арқылы салуға болады.

Лейбл орыс. *лейбл* (ағылш. *label* «заттаңба») – тауарлық белгісі, атауы, өндірушісі, шығарылған күні, жарамдылық мерзімі және т.б. көрсетілген кез – келген өндіріс өніміне графикалық / мәтіндік белгі / жапсырма.

Листовка орыс. *листовка* – саяси немесе ақпараттық әдебиеттің бір түрі, мәтіні бар парақ және кейде иллюстрациялар.

Лифлетинг (ағылш. *leafleting* «парақша») – мақсатты аудитория шоғырланған жерлерде жарнамалық хабарламалары бар парақшаларды қолмен тарату. Лифтинг ұйымдастырушылық тұрғыдан маркетингтік жарнамалық акциялардың ең кең таралған және қарапайым түрлерінің бірі.

Лобби орыс. *лобби* (ағыл. *lobby* «коридор») – әртүрлі ұйымдарда белгілі бір мүдделерді білдіретін және қорғайтын адамдар тобы. Екінші мағынасы қазір фойелерді, вестибюльдерді, барларды осылай атау сэнге айналды.

Лоббизм орыс. *лоббизм* – жеке және қоғамдық ұйымдардың, саяси партиялардың, кәсіподақтардың, корпорациялардың, кәсіпкерлік одақтардың және т. б. (қысым топтары деп аталатын) парламенттің шешім қабылдау процесіне әсер ету механизмі болып табылатын саяси жүйенің нақты институты.

Логотип орыс. *логотип* (көне грек. *λόγος* «сөз», *τύπος* «белгі») – аумақтық құрылымдар, коммерциялық кәсіпорындар, ұйымдар мен жеке адамдар қоғамда танымалдылықты арттыру үшін пайдаланатын графикалық белгі, эмблема немесе символ. Л. – бұл стильдендірілген әріптер немесе идеограммалар түрінде анықтайтын нысанның атауы. Логотиптер сауда белгілері ретінде кеңінен қолданылады.

Логроллинг орыс. *логроллинг* – бұл әрқайсысы үшін маңызды заң жобаларына өзара қолдау көрсетуді қамтамасыз ету үшін депутаттар арасында дауыс айырбастау тәжірибесінің жалпы атауы.

Мазмұнды басқару жүйесі орыс. *система управления контентом* (ағылш. *content* «ішкі, ішіндегі») – сандық мазмұнды құру және басқару үшін қолданылатын бағдарламалық жасақтама немесе байланысты бағдарламалар жиынтығы.

Мазмұнды маркетинг орыс. *контент-маркетинг* – мақсатты аудиторияны тартуға және сенімді қарым-қатынас орнатуға бағытталған ұзақ мерзімді маркетингтік стратегия.

Макроконверсия орыс. *макроконверсия* – веб-сайттағы түпкі мақсаттарға жетудің тиімділігін бағалау үшін қолданылатын айырбастау бағамы (мысалы, өтініш қалдырған келушілердің барлық келушілерге қатынасы). М. кез келген интернет-дүкеннің иесі үшін ең маңызды көрсеткіш, интернет-маркетолог осы мәнді арттыру үшін жұмыс істеуі керек.

Макромаркетинг орыс. *макромаркетинг* (ағылш. *marketing, market* «рынок, өткізім») – маркетингті ұйымдастыру мен басқарудың жалпы нарық үдерістерін зерделеуге негізделген кешенді жүйесі.

Макромедия орыс. *макромедия* – ірі өндірушілердің бірі бағдарламалар, қандай да бір түрде байланысты WEB.

Макроорта орыс. *макроредта*, – ұйымның (кәсіпорынның, фирманың, компанияның) қызметіне елеулі ықпал ететін демографиялық, экономикалық, ғылыми-техникалық, мәдени және басқа факторлардың жиынтығы.

Макроэкономика орыс *макроэкономика* (көне грек. *μάκρος* «үлкен, ұзын», *oikos, homes* «шаруашылықты жүргізу ережесі») – экономиканың жалпы барысын, жеке елдің немесе бүкіл әлемнің маңызды экономикалық көрсеткіштерін зерттеумен айналысатын экономикалық теорияның негізгі бөлімдерінің бірі.

Максималды интернет – аудитория орыс. *максимальная аудитория интернета* – зерттеу кезеңінде кем дегенде бір рет кіру тәжірибесі бар сайтқа кірушілер; сайтқа кірудің негізгі көрсеткіші (сандық сипаттама).

Максимализм орыс. *максимализм* – шамадан тыс нәрсе талап еткенде шектен шығу. Адам тек нақты, экстремалды, шамадан тыс нәрсені таниды деген көзқарас.

Мақалалық сілтемелер орыс. *статейные ссылки* – сайттағы тақырыптары жағынан жақын мақалаларға орналастырылған сілтеме. Жарнама беруші бүкіл бетті бірден сатып алып, материалын орналастырады. Жарнама берушінің веб-сайтына сілтеме қоса тіркеледі.

Мақсат орыс. *цель* – болашақ іс-әрекеттің идеалды бейнесі, адамның іс-әрекеті оған жетуге бағытталған күтілетін нәтиженің ақыл-ой моделі.

Мақсатсыз кликтер (бейберекет шертулер) орыс. *нецелевые клики* – жарнама беруші үшін пайдасы жоқ шертулер. Олар көбіне жарнаманың жұмыс қабілеттілігін тексеру үшін жасалады.

Мақсатты аудитория орыс. *целевая аудитория* – ұсынысқа қызығушылық танытатын және белгілі бір өнімге немесе қызметке тапсырыс беретін адамдар тобы.

Мақсатты аудиторияның рейтингі орыс. *рейтинг целевой аудитории* – мақсатты аудитория арасында жарнамалық науқан нәтижесінде алынған жалпы рейтинг, яғни жарнамалық хабарды көрген/естіген мақсатты аудитория рейтингісінің жалпы саны.

Мақсатты нарық орыс. *целевой рынок* – бизнес өзінің маркетингтік және жарнамалық стратегияларын өнімді немесе қызметті сатуға бағыттауды шешетін әлеуетті немесе ағымдағы тұтынушылардың таңдалған тобы.

Мақсатты топ орыс. *группа целевая* – маркетингте немесе жарнамада жалпы белгілермен біріктірілген немесе қандай да бір мақсат немесе тапсырма үшін біріктірілген адамдар тобына қатысты қолданылатын термин.

Маңдайша жазу орыс. *вывеска* – тақта, қалқан, әртүрлі, жазуы бар, сату немесе киім-кешек заттары бейнеленген, қолөнершілерде, орындықтарда, қазір құрылым көлемді немесе тегіс, кез келген жерде, әдетте ғимараттың қасбетінде, кіреберістің жанында орналасқан, ол бір нәрсе туралы, ғимарат ішінде орналасқан ұйым немесе кәсіпорын туралы хабарлайды (жарнамалайды).

Маржа орыс. *маржа* (фр. *marge* «айырма») – сауда, биржалық, сақтандыру және банк тәжірибесінде тауарлар бағалары, бағалы қағаздар бағамдары, пайыздық мөлшерлемелер және басқа да көрсеткіштер арасындағы айырмашылықты белгілеу үшін қолданылатын термин.

Маркетиз орыс. *маркетиз* – ашық жарнамалық-насихаттау материалына берілетін мінездеме, тұжырымдалған және орналастырылған ақпарат орнына сәтсіз немесе орынсыз қарым-қатынас.

Маркетинг-кит орыс. *маркетинг-кит* – авторымен ынтымақтастықтың артықшылықтары туралы оқырманды қызықтыратын сұрақтарға нақты жауап беретін брендтің, ұсыныстың, компанияның артықшылықтарын көрсететін презентация, қысқаша құжат.

Маркетинг-микс орыс. *маркетинг-микс* – компания өзі өндіретін өнімге деген сұранысқа әсер етуге тырысатын маркетингтік құралдар жиынтығы.

Маркетинг дөңгелегі орыс. *колесо маркетинга* – алдыңғы қатарлы басқару технологияларының арсеналындағы ұғым, яғни маркетинг компанияның қызметінде жетекші орын алады, барлық басқа бағыттарды үйлестіреді және біріктіреді, қажет болған жағдайда оларды қайта құрады.

Маркетинг нарықтық қызмет ретінде орыс. *маркетинг как рыночная деятельность* – бұл өнімді құруға, жылжытуға және тұтынушыларға жеткізуге, сондай – ақ олармен қарым-қатынасты басқаруға бағытталған процестер жиынтығы.

Маркетинг орыс. *маркетинг* – сұранымды жан-жақты зерделеп, болжау, жарнаманы пайдалану, өндірісті ынталандыру, сақтау мен тасымалдаудың осы заманғы тәсілдерін, тауарлардың тұтынушыға жетуіне жәрдемдесетін техникалық және басқа түрлерін қолдану негізінде кәсіпорынның жаңа өнімді әзірлеу, өндіру мен өткізу жөніндегі ұйымдық-техникалық, қаржы, коммерциялық және басқа қызмет түрлері жатады.

Маркетинг шығындарын талдау орыс. *анализ маркетинговых затрат* – шығындардың деңгейін анықтау, шығындардың тиімді жақтарын, ықтимал қиындықтарын талдау.

Маркетингтегі панель орыс. *панель в маркетинге* (латын. *pannis* «материяның бір бөлігі, жамылғы») – бір тақырыптағы жүйелі сауалнамаларға қатысатын адамдар немесе отбасылар (немесе басқа топтар) тобы.

Маркетингі автоматтандыру орыс. *автоматизация маркетинга*. (ағылш. *marketing* «нарық қызметі», фр. *automatisation* «әрекеттің еріксіздігі») – өнімді құруға, жылжытуға және тұтынушыларға жеткізуге, сондай-ақ олармен қарым-қатынасты басқаруға бағытталған процестер жиынтығын автоматтандыру.

Маркетингі қолдау орыс. *поддерживающий маркетинг* – тұрақты сұраныс жағдайында, қалыптасқан бәсекелестік ортада қолданылатын маркетинг түрі.

Маркетингік әлеует орыс. *маркетинговый потенциал* – маркетингік жүйенің (кәсіпорынның) кәсіпорынның тұрақты бәсекеге қабілеттілігін, сұранысты, тауарлық, бағалық, байланыстық және сату саясатын зерттеу саласында тиімді маркетингік іс-шараларды жоспарлау мен жүргізу, тауардың, бәсекелестердің және нарықтағы тұтынушылардың жүрісін стратегиялық жоспарлау мен бақылауды ұйымдастыру арқылы оның тауары немесе қызметінің экономикалық және әлеуметтік конъюктурасын қамтамасыз етуінің жиынтық қабілеті.

Маркетингік зерттеулер орыс. *маркетинговые исследования* – маркетингік ақпаратты жинау және өңдеу жүйесі; статистикалық, социологиялық, психологиялық әдістемелердің жиынтығы. Маркетингік мүмкіндіктер мен проблемаларды анықтау үшін пайдаланылатын ақпарат арқылы ұйымның тұтынушылармен және жұртшылықпен байланысын қамтамасыз ететін; маркетингік іс-шараларды құру, түзету және бағалау; маркетингік қызметті бақылау; маркетингі процесс ретінде түсінуді жақсарту процесі.

Маркетингік зерттеулер орыс. *маркетинговые исследования* (латын *mercātus* «сату», *mercātus* «сату») – іздеу, жинау, жүйелеу және талдау, ақпарат нарығындағы ахуал туралы басқарушылық шешімдер қабылдау мақсатында өндіру.

Маркетингік коммуникация жүйесі орыс. *система маркетинговых коммуникаций* – маркетингік мақсаттарға қол жеткізу шеңберінде адресаттармен нақты, жоспарланған қарым-қатынастарды орнатуға және қолдауға бағытталған ұйымның қатысушыларын, байланыс арналары мен әдістерін біріктіретін бірыңғай кешен.

Маркетингік коммуникация кешені орыс. *комплекс маркетинговых коммуникаций* – компания және оның өнімдері туралы маркетингік ақпаратты мақсатты аудиторияға беру процесі. Маркетингік коммуникация кешені негізгі төрт ықпал ету құралдарынан тұрады: жарнама, үгіт-насихат, сатуды ынталандыру, жеке сатылым.

Маркетингік коммуникация орыс *маркетинговая коммуникация* (лат. *mercātus* «сату», *communico* «байланыстыру, жалғау») – мақсатты аудиторияға өнім туралы ақпаратты беру процесі. Маркетингік коммуникация құралы ретінде жарнама, жеке сату, тікелей маркетинг, демеушілік, байланыс және қоғаммен байланыс және т.б. алынуы мүмкін.

Маркетингтік лид орыс. *маркетинговые лиды* – сіздің әлеуетті клиентіңіз, коммерциялық ұсынысқа қызығушылық танытқан, бірақ әлі түпкілікті таңдау жасамаған пайдаланушы. Дәл осы пайдаланушыны тартудың белгілі бір әдістерін қолдана отырып, нақты клиентке айналдыруға болады.

Маркетингтік логистика орыс. *маркетинговая логистика* – материалдар мен дайын өнімдердің физикалық ағындарын бастапқы шикізат ағындарының пайда болу орындарынан, жинақтаушы бөлшектерден және т.б. бастап тұтынушыларға олардың сұраныстарын барынша тиімді қанағаттандыру мақсатында түпкілікті өнімдерді жеткізуге дейін жоспарлау, жедел басқару және бақылау.

Маркетингтік міндеттер орыс. *маркетинговые задачи* – компанияның дамуы мен тауарларды сатумен байланысты стратегиялық міндеттер. Мысалы, тауар ассортиментін жоспарлау, сату және сауда операциялары, баға белгілеу, жарнаманы ұйымдастыру, тауарларды өткізуді ынталандыру және бөлу, оларды сақтау және тасымалдау, сауда-коммерциялық персоналды басқару, сервис жүргізу және т. б.

Маркетингтік статистика орыс. *маркетинг статистика* – кәсіпкерлік қызметтің әртүрлі иерархиялық деңгейлеріндегі нарық пен нарықтық қатынастардың жағдайы мен динамикасын зерттейтін статистика саласы. 2. Маркетинг жүйелерінің жай-күйі мен дамуы туралы деректерді жинау, өңдеу және талдау бойынша кәсіби қызмет түрі. 3. Маркетингтің ішкі және сыртқы ортасының жағдайын сипаттайтын мәліметтер мен көрсеткіштер жиынтығы.

Маркетингтік стратегия орыс. *маркетинговая стратегия* – компанияның негізгі маркетингтік мақсаттарына қол жеткізудің кең ауқымды бағдарламасы.

Маркетингтік стратегия орыс. *маркетинговая стратегия* (латын *mercātus* «сату», *стратēгія* «қолбасшылық өнері») – тұрақты бәсекелестік басымдылыққа қол жеткізуді көздейтін жоспарлаудың ұзақ мерзімді, перспективті тәсілі.

Маркетингтік шешім орыс. *маркетинговое решение* – тұтынушылардың тауарларына немесе қызметтеріне сұранысты тұрақты қалыптастыру, дамыту және қанағаттандыру үшін қажетті бір немесе бірнеше маркетингтік іс-шаралар жиынтығын жүзеге асырудың көптеген мүмкін нұсқаларының бірі немесе бірнешеуі; компанияның, өнімнің немесе қызметтің бәсекелестік артықшылығын жақсарту немесе сақтау, сондай-ақ пайданы сақтау немесе өсіру үшін маркетингтік жүйенің субъектілері мен объектілеріне мақсатты әсер ету жиынтығы.

Маркетингтік шұңқыр орыс. *маркетинговая воронка* – брендпен таныс емес клиенттерді тарту, оларды көшбасшыларға және клиенттерге айналдыру процесінің графикалық схемасы.

Маркетингтің ақпараттық технологиялары орыс. *информационные технологии маркетинга* – бұл маркетингтік технологияларды әзірлеу, құру

және қолдану тиімділігін арттыру тәсілдері, сонымен қатар компанияның тиімділігін қамтамасыз ететін тұтас технологиялық жүйе болып табылатын әдістер жиынтығы, маркетингті басқару процесі.

Маркетингтің ақпараттық технологиялары орыс. *информационные технологии маркетинга* – маркетингтік технологияларды әзірлеу, құру және қолдану тиімділігін арттыру тәсілдері, сонымен қатар компанияның тиімділігін қамтамасыз ететін тұтас технологиялық жүйе болып табылатын әдістер жиынтығы, маркетингті басқару процесі.

Маусымдылық орыс. *сезонность* – жылдың белгілі бір уақытына, маусымына байланысты бір нәрсенің мүмкіндігі.

Машиналық оқыту орыс. *машинное обучение* – оқуға қабілетті алгоритмдерді құру әдістерін зерттейтін жасанды интеллектінің кең бөлімі.

Мәнмәтін орыс. *контекст* – тығыз байланыс, қосылыс, мәтіннің семантикалық жағынан аяқталған, оған жеке кіретін сөздің немесе фразаның мағынасын анықтауға қажетті үзінді; белгілі бір құбылыстарды, жағдайларды және т. б. түсінуге әсер ететін орта, байланыстар, қатынастар.

Мәңгі жасыл контент орыс. *вечно зеленый контент* – әлеуметтік медианың, журналдар мен блогтардың дамуымен енгізілген салыстырмалы түрде жаңа түсінік, бұл платформалардың мәнінен алыс, бірақ көбінесе оларға келген адамдар өз ойларымен бөліспейді, бірақ ақша табады; SEO оңтайландырылған контент, ол үнемі өзекті және көптеген жылдар бойы оқырмандар үшін" жаңа " болып қала береді.

Мәслихатшы орыс. *ассессор* (лат. *assessor* «қосшы би, алқа би, мәслихатшы») – табылған беттің мазмұны сұранысқа сәйкес келетінін немесе келмейтінін тексеретін және іздеу нәтижелерін бағалайтын Яндекс іздеу жүйесінің қызметкері.

Мәтінмәндік жарнама орыс. *контекстная реклама* (лат. *contextus* «байланыс») – аудитория таңдаған мазмұнға, орынға, уақытқа немесе интернет беттердің басқа мәтінмәніне сәйкес жарнама көрсетілетін интернет жарнаманың түрі.

Мегамаркетинг орыс. *мегамаркетинг* (грек. *megas* «үлкен», лат. *mercātus* «сату») – нарыққа кіру және сәтті әрекет ету мақсатында бірқатар тараптардың ынтымақтастығына қол жеткізу үшін экономикалық, психологиялық, саяси және қоғамдық кәсіби тәжірибені стратегиялық үйлестіруді біріктіретін маркетингтік тәсіл.

Медиа-жоспарлау орыс. *медиапланирование* (ағылш. *media planning* «жоспар») – медиажоспарларды (жарнама материалдарын көрсету кестелерін) құрастыру, негізі жарнама хабарларын жеткізу үшін медиатасымалдаушыларды (ТВ, баспасөз, радио, сыртқы жарнама, интернет) таңдау, сондай-ақ қамту, құндық және басқа да сипаттамалар бойынша орналастыруды оңтайландыру болып табылатын жарнама науқандарын жоспарлау.

Медиа жоспарлау орыс. *медиа планирование* (ағылш. *media* «байланыс құралы», лат. *planum* «жоспар») – маркетингтік деректер мен медиа –

зерттеулер негізінде БАҚ-та жарнаманы орналастырудың оңтайлы жоспарын жасау рәсімі.

Медиажоспар орыс. *медиаплан* – бұл жарнамалық науқандарды өткізу жоспары: мерзімдері, бюджеттері, алаңдары, мәні.медия.

Медиакиит орыс *медиакиит* (ағылш. *media* «байланыс құралы», кіт «дорба, қалта») – мәтіндік, графикалық, дыбыстық ақпаратты қамтитын құжаттар жиынтығы түрінде жобаның, ұйымның немесе оқиғаның тұсаукесері.

Медиялық (дисплейлік) жарнама орыс. *медийная (дисплейная) реклама* – көпшілік ойын – сауық аудиториясына бағытталған жарнама түрі. Ол тұтынушылардың назарын аударудың арнайы әдістерін қолдана отырып жасалады және мәтінді, компания логотипін, фотосуреттерді және т.б. қамтуы мүмкін.

Медиа картасы орыс. *медиа – карта* – компания үшін қызықты және пайдалы БАҚ жұмысы туралы барлық маңызды мәліметтер жазылған құжат.

Медиа-микс орыс. *медиа-микс* – жарнамалық науқан үшін жарнаманы таратудың әртүрлі құралдарын кешенді пайдалану жоспары.

Медиа нарығы орыс. *медиа рынок* (ағылш. *media* «байланыс құралы») – аудиторияны белгілі бір компанияға тиесілі бұқаралық ақпарат құралдарымен қамту аумағы.

Медиа тасымалдаушы орыс. *медиа-носитель* – жарнама орналастырылған медиа-арнаның нақты өкілі. Медиа тасымалдаушылардың сапалық критерийлері тасымалдаушылардың жеке, нақты түрлеріне қатысты қолданылады.

Медиатор орыс. *медиатор* – тараптарға орын алған жанжалды, дауды шешуге көмектесетін үшінші бейтарап, тәуелсіз тұлға (делдал, бітімгер).

Мекенжай каталогы орыс. *адресный каталог* – бүкіл ел бойынша немесе белгілі бір аймақтағы экономиканың бір немесе бірнеше салаларының фирма салаларының (қызметкерлерінің) толық тізімдерін қамтитын ақпараттық баспа басылымы. Тікелей пошта жарнамасын ұйымдастыру кезінде қолданылады.

Менеджмент орыс. *менеджмент* – (ағылш. *manage* «басқару, меңгеру, ұйымдастыру») – ұйымда немесе кәсіпорында жұмыс істейтін адамдардың еңбегін басқара отырып, алға қойған мақсатқа жетуді ұйымдастыра білу, әлеуметтік, оның ішінде білім беру үрдістерін басқару принциптері, әдістері, құралдары мен нысандарының жиынтығы.

Менталитет орыс. *менталитет* (лат. *mens* «жан, рух») – ақыл-ой, эмоционалды, мәдени ерекшеліктердің жиынтығы, әлеуметтік немесе этникалық топқа, ұлтқа, халыққа, ұлтқа тән құндылықтар мен көзқарастар.

Меншікке қатысу орыс. *участие в собственности* – жұмысшылар мен қызметкерлерді олардың ұйымдарының мүдделерімен таныстыру, еңбек қатынастарындағы шиеленісті азайту, жұмысшылардың еңбек өнімділігі мен сапасын арттыру процесіне тарту әдісі.

Мерзімді басылымдар орыс. *периодика* – бұқаралық ақпарат құралдары ретінде жасалған, белгілі бір алгоритм бойынша және белгілі бір жиілікте жарияланатын (бұрын жарияланған кесте бойынша) жұмыстар.

Мерчандайзинг орыс. *мерчандайзинг* (ағылш. *merchandising* «сату өнері») – сатып алушыға нақты дайындаушы кәсіпорынның тауарын сатушы адамның көмегінсіз сатып алуына психологиялық ықпал жасау және сендіру тәсілі. Өткізу қызметі үдерісінің кезеңі, сатып алушыны тауарға «жақындатуға» және сатып алу ықтималдығын барынша қамтамасыз ететін қолайлы жағдай жасауға бағытталған шаралар кешені.

Мета тегтер орыс. *мета теги* (ағылш. *tag* «затбелгі, бағалық, белгі») – веб-сайт беті туралы ақпаратты қамтитын html белгілеу элементтері.

Меценат орыс. *меценат* (лат. *maecenas* (maecenatis) «бай») – сыйға тарту актісі ретінде қолдау көрсететін ғылым мен өнердің бай қолдаушысы.

Меценаттық орыс. *меценатство* – дворяндар мен буржуазияның үстемдік ету кезеңдеріне тән әдебиет пен өнер қайраткерлеріне материалдық қолдау (сыйлықтар, зейнетақылар, сыйлықтар, синекуралар және т. б.), билеуші таптың жекелеген өкілдерінің жеке бастамасы бойынша жүзеге асырылады және оның түпкі мақсаты ақынның немесе суретшінің іс-әрекетін өз мүдделеріне, сол арқылы өз таптарының мүдделеріне барынша бағындыру болып табылады.

Микроконверсия орыс. *микро – конверсия* – пайдаланушы мақсатты әрекетті орындағанға дейін өтетін барлық аралық кезеңдер. Мысалы, интернет-дүкенде сатып алған кезде ол сайтқа кіреді, каталогтың белгілі бір бетіне өтеді, өнімнің сипаттамасын оқиды, тауарды себетке қосады, сайтқа тіркеледі және жаңалықтарға жазылады, тапсырыс береді.

Микробелгілеу орыс. *микроразметка* – семантиканы оңтайландыруға арналған стандарт.

Микромаркетинг орыс. *микромаркетинг* – клиенттердің қажеттіліктерін анықтау процесі және бұл қажеттіліктерді дұрыс стратегия арқылы қанағаттандыру.

Микроорта орта. *микросреда* – кәсіпорынға (фирмаға) және оның тапсырыскерлеріне (жеткізушілер мен тұтынушыларға), бәсекелестерге, байланыс аудиториясына, яғни кәсіпорынға ықылас білдірген немесе межелі мақсатқа қол жеткізу қабілетіне ықпал ететін топтарға қызмет көрсету жөніндегі мүмкіндіктеріне қатысы бар элементтердің жиынтығы.

Миллин орыс. *миллайн* – жарнамалық мәтіннің бір жолын 1 миллион тиражбен жариялау құны. Миллинді есептеу үшін бір жолдың бағасын тиражға бөліп, нәтижесін миллионға көбейту керек.

Минус сөздер орыс. *минус – слова* (лат. *minus* «аз, кіші») – жарнама беруші өзінің мақсатты аудиториясына кірмейтін пайдаланушылар үшін жарнамалық материалдардың көрсетілуін шектейтін сөздер. Минус сөздер мақсатты аудиторияны бөлуге, мақсатты емес шертулердің санын азайтуға, жарнамалық науқанның тиімділігі мен сапасын арттыруға, сондай-ақ жарнамаларды тек қызығушылық танытқандарға көрсетуге көмектеседі.

Миссия орыс. *миссия* – ұйым туралы жалпы, кешенді мағлұмат. ұйымның басты мақсаты, оның өмір сүруінің мәні.

Мобильді маркетинг немесе **жылжымалы сауда** орыс. *мобильный маркетинг* (лат. *mobilis* «жылжымалы, жеңіл; өтпелі»; *mercātus* «сауда, нарық») – ұялы байланыс құралдарын пайдалана отырып, тауарларды немесе қызметтерді жылжытуға және мобильді құрылғыларға: телефондарға, смартфондарға, планшеттерге жарнамалық хабарламалар жеткізуге бағытталған маркетингтік іс-шаралар кешені.

Модератор орыс. *модератор* (лат. *moderor* «басқарушы, жетекке алушы») – әлеуметтік желілердегі (чаттар, форумдар, эхоконференциялар) қарапайым пайдаланушылармен салыстырғанда құқығы кең пайдаланушы. Модератор кем дегенде басқа адамдардың хабарламаларын жою құқығына ие болады.

Модерация орыс. *модерация* (фр. *modération* «ұстамдылық») – қауымдастықтағы, әлеуметтік желідегі топтағы, форумдағы немесе онлайн-конференциядағы талаптардың орындалуын бақылау.

Модуль орыс. *модуль* (латын. *modulus* «өлшем, шама») – жүйенің, құрылғының, ұйымның кез келген бөлінетін, салыстырмалы түрде тәуелсіз бөлігі.

Модульдік жарнама орыс. *модульная реклама* – баспа басылымдарындағы құны алатын ауданына байланысты белгіленетін ақылы жарнама түрі.

Мониторинг орыс. *мониторинг* – жиынтық ақпараттық өрісті уақтылы және жүйелі түрде бақылау, содан кейін қызығушылық тудыратын материалдарды іріктеу; әдетте мониторинг клиенттің мүдделеріне әсер ететін қандай да бір жолмен БАҚ материалдарын жинауды қамтиды.

Мультивидение орыс. *мультивидение* – диапозитивтерді бірнеше проекторлардың көмегімен бірнеше экрандарда көрсету.

Мультилендинг орыс. *мультилендинг* (ағылш. *multi-landing* «мақсатты парақша») – мазмұны келушілердің сұраныстары мен олардың ерекшеліктеріне сәйкес өзгеріп отыратын жарнамалық сипаттағы мақсатты парақшаны көпқырлы оңтайландыру.

Мультимедиа орыс. *мультимедиа* – бір уақытта әртүрлі формада ұсынылатын деректер немесе мазмұн: дыбыс, анимациялық компьютерлік графика, бейне тізбегі.

Мүдделікті қорғау орыс. *лоббирование* (ағылш. *lobbying* «кулуары») – заң шығарушы немесе атқарушы биліктің шешім қабылдауына әсер ететін жеке, қоғамдық, билікпен қамтылған адамдардың, қоғамдық ұйымдардың іс-әрекеттерінің жиынтығы.

Нарық мөлшері орыс. *объем рынка* – нарықта қанша тауар (заттай және ақшалай) сұранысқа ие (өте қарапайым) екендігі.

Нарық сегменті орыс. *сегмент рынка* – жалпы сипаттамалары бар тұтынушылар, тауарлар немесе бизнес топтарын анықтау. Сегмент дегеніміз

– қажеттіліктері, тілектері мен мүмкіндіктері ұқсас сатып алушылардың нарықтық тобы.

Нарық сыйымдылығы орыс. *ёмкость рынка* – нарық ішінде ұсынылатын және сатып алынатын тауарлар мен қызметтердің көлемі. Нарықтың сыйымдылығы – белгілі бір аумақта немесе жеке салада (салалық нарық) жасалған тауарларды немесе қызметтерді сатып алу-сату мәмілелерінің көлемі.

Нарықта тауарды жайғастыру орыс. *позиционирование товара на рынке* – компанияның нарықтағы бәсекелестік артықшылығын анықтауға көмектесетін маркетингтік процесс.

Нарықтық инфрақұрылым орыс. *инфраструктура рынка* – бұл әр түрлі типтегі нарықтарға қызмет көрсететін, олардың тиімді жұмыс істеуі үшін қолайлы жағдайлар туғызатын әртүрлі мекемелер, кәсіпорындар, ұйымдар.

Нарықтық таргетинг орыс. *таргетинг рыночный* – әр нарықтық сегментті бағалау және негізделген жарнамалық әсер үшін олардың ішінен ең әлеуеттісін таңдау мақсатында қызмет көрсету сегментін/сегменттерін таңдау.

Нарықтың бәсекелестік картасы орыс. *конкурентная карта рынка* – бәсекелестердің (немесе өз фирмасының) нарықтағы орнын (көшбасшысы, аутсайдер) бақылауға мүмкіндік беретін бәсекелестердің нарықтық үлестерін бөлу.

Насихаттау орыс. *пропаганда* (лат. *propaganda* «тарату») – қандай да бір идеялар мен ілімдерді, теориялық білімдерді көпшілік арасында тарату, түсіндіру формасы.

Науқан орыс. *акция* – бұл жаңа өнімге әлеуетті немесе бұрыннан бар тұтынушылардың назарын аударуға бағытталған оқиға.

Науқан орыс. *промоушн* (ағылш. *promotion* «қызмет бойынша жылжыту») – 1. қолдау; патронаж; 2. тауарды тұтынушыға таратуға, сатуға, жылжытуға, өткізуге, шығармашылық табысқа ықпал ету.

Негізгі мәтін орыс. *основной текст* (грек. *ἐπιμολογία* «ақиқат», латын. *textus* «тін, байлам») – жарияланымның ғылыми тұрғыдан мейлінше дәл және түпкілікті деп танылған нұсқасы.

Негізгі тіркестер орыс. *ключевая фраза* – сіздің жарнамаңыздың кімге көрсетілетінін анықтайтын сөздер немесе тіркестер; пайдаланушылар интернеттен тауарлар мен қызметтерді іздейтін сөздер немесе тіркестер, әйтпесе іздеу сұраулары.

Негізгі уақыт орыс. *прайм – тайм* (ағылш. *prime time* «ең ыңғайлы, ең жақсы уақыт») – тәулік ішінде теледидар көру және радио тындау уақыты.

Нейромаркетинг орыс. *нейромаркетинг* (грек. *neuron* «сіңір, жүйке», лат. *mercātus* «сауда, базар») – бұл жарнамаға, өнімге, бағаға және брендингке деген мидың «жауаптарын» ресми түрде зерттеу, сонымен қатар жақсы жауап алу үшін кері байланыс негізінде айнымалыларды түзету.

Неон орыс. *неон* – жарнаманың бұл түрінің әсері шыны газ жарық түтіктерін толтырған белгілі бір газдардың жарқылынан алынды. Алғашқы сынақ газы неон болды – ол ашық көк түс берді. Оның арқасында «неон» атауы номиналды болды және олар осы технологиямен жасалған жарнаманы көрсете бастады.

Нонпарель орыс. *нонпарель* (фр. *nonpareille*) – типографиялық қаріп, кегль (өлшемі) 6 тармаққа тең (шамамен 2,25 мм); кондитерлік өнімдерді безендіру үшін қолданылатын крахмал қосылған ұнтақ қанттан жасалған ұсақ драже.

Ньюсмейкер орыс. *ньюсмейкер* (ағыл. *newsmaker* «жаңалықтар жасаушы») – қызметі бұқаралық ақпарат құралдарымен байланысты және бұқаралық ақпарат құралдарының тұрақты қызығушылығын тудыратын адам. Жаңалықтарда көп жазатын адам, құбылыс немесе ұйым.

Ой шабуылы орыс. *мозговой штурм* – көптеген идеяларды алуға бағытталған сараптамалық бағалау әдісі, оның ішінде эрудицияның жоғары дәрежесі бар адамдардан, әдетте, мәлімдемелерден бас тартады.

Олигархия орыс. *олигархия* (грек. *ὀλιγαρχία* «аз адамдардың күші») – билік салыстырмалы түрде аз азаматтар тобының қолында шоғырланған саяси режим.

Онлайн-кеңесші орыс. *онлайн-консультант* – пайдаланушыларға онлайн-көмекті қамтамасыз ету үшін, әртүрлі тақырыптағы сайттарға арнайы орнатуға арналған бағдарламалық жасақтама.

Орамалау орыс. *накрутка* – әлеуметтік қызметтердегі кез келген сандық көрсеткіштерді жасанды түрде арттыру процесі.

Органикалық өсу орыс. *органический рост* – компанияның нарықтағы үлесінің артуы, оған жаңа өнімдерді әзірлеу, бәсекелестікте жеңіске жету арқылы немесе жаңа нарықты жаулап алу арқылы қол жеткізуге болады.

Органикалық трафик орыс. *органический трафик* (ағылш. *traffic* «қозғалыс», «көлік», «сауда») – термин сіздің веб-сайтыңызға ақы төленбейтін («органикалық») іздеу нәтижесінде келген қонақтарға қатысты қолданылады. Органикалық трафик ақылы трафикке қарама-қайшы, ол ақылы жарнамаға барғандарды анықтайды.

Органикалық ұсыным орыс. *органическая выдача* – органикалық берілім – іздеу тізіміндегі сайттардың табиғи (жарнамалық емес) бөлігі, яғни, егер бетте контекстік жарнаманың барлық жарнамалары алынып тасталса, онда органикалық берілім қалады.

Ореол әсері орыс. *эффект ореола* – жақсы зерттелген әлеуметтік-психологиялық құбылыс: бұл әрекеттің себептері туралы ақпарат болмаған кезде, осы адамның жалпы қабылдауына негізделген адамның іс-әрекеттері мен жеке қасиеттері туралы шешім.

Орналасу орыс. *верстка* – композициялық элементтерден түпнұсқа орналасу жолақтарын орнату: терілген мәтін, тақырыптар, кестелер, иллюстрациялар, декорациялар.

Орынды анықтау, орналасу орыс. *позиционирование* (лат. *position* «жағдайы, жағдайы») – тауар таңбасының бейнесін мақсатты аудиторияның санасында қалыптастыру, ол бәсекелестердің маркаларынан мүмкіндігінше тиімді ерекшеленуі үшін, ол үшін маркетингтік зерттеулер негізінде әзірленген тауарлар мен қызметтердің нақты және енгізілген сипаттамалары қолданылады.

Офсеттік басып шығару орыс. *офсетная печать* – бояуды баспа формасынан мөрленген материалға тікелей емес, аралық офсеттік цилиндр арқылы беруді қамтамасыз ететін басып шығару түрі.

Офсеттік орыс. *офсет* – жанама, пішінге тигізбей, басып шығару.

Охлократия орыс. *охлократия* (грек. *ὀχλοκρατία; ὄχλος* «тобыр» және *κράτος* «билік») – үнемі демагогтардың ықпалына түсіп, көпшіліктің өзгеріп жатқан қиырлығына негізделген азғындаған демократия түрі. Охлократия өтпелі және дағдарыстық кезеңдерге, революцияларға тән.

Өктемшілік орыс. *авторитарность* – кейбір билік органдарының пікіріне шамадан тыс немесе тіпті шешуші мән беретін ойлаудың сипаттамасы.

Өкілдік іріктеу орыс. *репрезентативная выборка* – бұл қандай да бір үлгі алынған бас жиынтықтың барлық негізгі белгілері шамамен сол пропорцияда немесе қандай да бір белгі осы бас жиынтықта пайда болатын жиілікпен ұсынылатын іріктеу болып табылады.

Өлшеу орыс. *замер* – сынама, үлгі, өлшеу

Өндірістік персонал орыс. *кадры производства* – негізгі технологиялық жұмыс орындарында және қызмет көрсету лауазымдарында өндірістік процеспен тікелей айналысатын қызметкерлер.

Өнімдерді сату орыс. *сбыт продукции* – сату мақсатында тауарларды жеткізу, компанияның олар дайындайтын (сатып алатын) өнімді өткізуі.

Өнімді жылжыту орыс. *продвижение товара* – тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және өздеріне пайда келтіру үшін материалдар мен дайын өнімдердің өндіріс орындарынан тұтыну орындарына қозғалысын жоспарлау, іске асыру және бақылау.

Өнімді орналастыру орыс. *продакт – плейсмент* (ағылш. *product placement* «өнімді жайғастыру») – жасырын жарнаманың арнайы әдісі. Фильмдер, телешоулар, бейнеклиптер, кітаптар, суреттер мен иллюстрациялардағы кейіпкерлерге саймандар, киім-кешек және т.б. реквизиттерді пайдаландыру арқылы бұл заттардың шынайы өмірдегі коммерциялық аналогтары жарнамаланады.

Өнімді орналастыру орыс. *продакт плейсмент* (ағыл. *product placement* «өнімді орналастыру») – фильмдердегі, теледидарлық бағдарламалардағы, компьютерлік ойындардағы, музыкалық бейнелердегі, кітаптардағы, иллюстрациялар мен картиналардағы кейіпкерлердің нақты коммерциялық аналогы бар анық емес (жасырын) жарнама.

Өтімділік орыс. *ликвидность* – активтердің нарықтық бағаға жақын бағамен тез сатылатын мүлігі.

Паблик орыс. *паблик* – ВКонтакте әлеуметтік желісіндегі парақ, ол тек пайдаланушылар үшін ғана емес, басқалар үшін де ашық болады.

Пайда орыс. *польза* – 1. заттар мен құбылыстардың біреудің мүдделеріне қатысты оңтайлы тұстарын көрсететін құндылық ұғымы; 2. алдыға қойған мақсатқа жету үшін қажетті қаржының сипаттамасы.

Пайдаланушы жасаған мазмұн орыс. *пользовательский контент* – сайттар немесе сұрақ-жауап парақтары, желілік күнделіктер (блогтар), подкасттар, фото және бейне материалдардың хостингі, Вики жобалары және т.б. Пайдаланушылар жасаған ақпарат ресурстарды толтыру жолының бір бөлігі ғана болуы мүмкін.

Пайдаланушы интерфейсі орыс. *пользовательский интерфейс* (ағылш. *interface* «өзара әрекеттесу») – бағдарламалық жасақтаманы немесе аппараттық құралдарды адам күшімен басқара алатын интерфейс.

Пайдаланушы контенті орыс. *пользовательский контент* – тұтынушылар (пайдаланушылар) жасайтын ақпарат құралдарының әртүрлі ақпараттық маңызды мазмұны.

Пайдаланушы тәжірибесі орыс. *пользовательский опыт* – клиентпен барлық арналар және байланыс нүктелерін қамтитын жалпы термин.

Пайдаланушылар сессиясы (сеанс) орыс. *пользовательская сессия (сеанс)* (латын. *sessio* «отырыс, мәжіліс») – пайдаланушының ғаламтордағы бірінші сілтемені ашқан сәтінен бастап соңғы сілтемені жапқанға дейінгі уақыт аралығы.

Пайдасыз (бос) тираж орыс. *бесполезный (холостой) тираж* – тираждың адресатқа жетпеген бөлігі.

Пайдасыз аудитория орыс. *бесполезная аудитория* – жарнаманы қабылдағысы келмейтін тұтынушылар.

Пайпербек орыс. *пайпербек* – жарнамалық ақпараты бар басылымның қағаз мұқабасы.

Параға сатып алу орыс. *подкуп* – лауазымды адамға өзінің қызметтік міндеттерінің аясына кіретін қандай да бір іс-әрекеттерді орындағаны немесе орындамағаны үшін заңсыз мүліктік пайда беру.

Парти-плент орыс. *парти-плент* – өткізуді ынталандыру құралдарының бірі. Қонақтарды арнайы қабылдау кезінде үйде тауарларды көрсетуді ұйымдастыру, ал үй иесіне жұмыстары үшін сыйлық ретінде кәдесый беріледі.

Партизандық маркетинг орыс. *партизанский маркетинг* – ақша салмай немесе аз ақшамен тауарды немесе қызметті тиімді жарнамалауға, жаңа клиенттерді тартуға және табысты ұлғайтуға мүмкіндік беретін жарнама мен маркетингтік аз бюджетті тәсілдер.

Патент орыс. *патент* (латын. *litterae patentes* «ашық хат») – өнертабыстың, пайдалы модельдің, өнеркәсіптік үлгінің не селекциялық жетістіктің айрықша құқығын, авторлығын және басымдығын куәландыратын қорғау құжаты.

Патенттік сенімді өкіл орыс. *патентный поверенный* (латын. *patens* «ашық, анық, дәл») – жеке тұлғаларға (азаматтарға, азаматтығы жоқ адамдарға) және заңды тұлғаларға (ұйымдарға) патенттік құқық саласында заң көмегін көрсететін, оның ішінде сотта олардың мүдделері мен құқықтарын қорғайтын тұлға.

Патернализм орыс. *патернализм* (латын. *paternus* «әкелік») – кадрларды бекіту, өнімділікті арттыру, шиеленісті жұмсарту мақсатында кәсіпорындарда кәсіпкерлер есебінен қосымша жеңілдіктер, субсидиялар және төлемдер жүйесі.

Патронаж орыс. *патронаж* (латын. *patronus* «қамқоршы») – 1. жалғыз басты және қарт науқастарға медициналық-әлеуметтік көмек көрсету; 2. есепте тұрған адамдардың еңбек және тұрмыс жағдайларын тексеруден тұратын профилактикалық жұмыс нысаны, үйде сауықтыру (кейде емдеу) іс – шараларын жүргізу; 3. өз өнімдерін табысты сату мақсатында нарықтағы тауарлардың жай-күйін бақылау.

Персон әдісі орыс. *метод персон* – нені қызықтыруы мүмкін және керісінше әлеуетті клиентті не итермелейтінін түсіну үшін мақсатты аудиторияға сәйкес келетін бірнеше суреттер жасалған өнімді сынау әдісі. Техникалық тапсырмада әзірлеушілер әртүрлі санаттағы адамдардың мүдделерін ескере алатындай етіп қолданылады.

Персонал орыс. *персонал* (лат. *persona* «тұлға») – қызметкерлер ұжымы немесе еңбек шарты (келісімшарты) негізінде еңбек функцияларын жүзеге асыратын адамдар жиынтығы.

Петит орыс. *петит* (франц. *petit* «кішкентай») – өлшемі 8 тармақты кез келген қаріптің атауы.

Пиармен орыс. *пиармен* – қоғаммен байланыс, қоғамдық пікірді құру жөніндегі маман.

Пиксель ағылш. *пиксель* (ағыл. *pixel, pel*) – графикадағы екі өлшемді сандық кескіннің ең кіші логикалық элементі немесе бейнені құрайтын дисплей матрицасының (физикалық) элементі.

Пилон орыс. *пилон* (грек. *πύλωνα πύλαι* «қақпа, кіру») – металл бұрыштардан (көбіне алюминийден) жасалған жақтауға негізделген плексиглас қорап. Жарнамалық п. биіктігі 3 м-ге дейін жарнамалық немесе навигациялық ақпаратты орналастыруға арналған жарнамалық стела.

Пилотаждық зерттеу орыс. *пилотажное исследование* – негізгі зерттеуге дейін жүргізілетін және оның оңайлатылған нысаны болып табылатын байқау-ізвестіру зерттеуі; іріктеменің қажетті көлемін белгілеу, сауалнамалардың, тестілердің мазмұнын нақтылау үшін қолданылады.

Плакат орыс. *плакат* (фр. *placard* «жарнама, афиша», *plaque* «желімдеу, жапсыру») немесе **постер** орыс. *постер* (ағылш. *poster* «жарнамалау қағазы») – жарнамалық, үгіт-насихаттық, нұсқаулық-әдістемелік, оқу және басқа да сипаттағы ақпаратты көрнекі, ықшам түрде қамтитын қолданбалы баспа графикасының, теру-қаріптік немесе көркем-

иллюстрациялық парақтық ірі форматты баспа таралымы басылымының бір түрі.

Плоттер немесе **жазуқұрастырушы** орыс. *плоттер* немесе *графопостроитель* (ағылш. *plotter* «жазуды құрастырушы») – калька немесе А0 көлеміне дейінгі қағазға суреттерді, схемаларды, күрделі сызбаларды, карталарды және басқа да графикалық ақпаратты үлкен дәлдікпен автоматты түрде сызуға арналған құрылғы.

Плюрализм орыс. *плюрализм* (лат. *pluralis* «көптік») орыс. *плюрализм* – қандай да бір затқа қиыстырылатын және бір-бірінен тәуелсіз көптеген мүдделерді, болмыс түрлерін, идеяларды, көзқарастарды, әлеуметтік институттарды бекітетін философиялық және дүниетанымдық ұстаным.

Подкаст орыс. *подкаст* (ағылш. *broadcast* «хабар») – көптеген адамдарды қызықтыратын және қызықтыратын кез келген тақырыпты талқылауды жеткізетін аудио немесе бейне жазба; теле- немесе радиохабардың интернет-аналогы: интернетте орналастырылатын бейне-немесе аудиожазбалардың тақырыптық сериясы, сондай-ақ осындай бір жазба, файл.

Позициялау орыс. *позиционирование* – бәсекелестердің өнімі/қызметінен нақты айырмашылықты іздеуді және әзірлеуді қамтитын маркетингтік операция. Бірегей сауда ұсынысы есебінен тауардың/қызметтің танымал имиджін жасау және қолдау.

Полиэкран орыс. *полиэкран* (грек. *πολύς* «есепсіз, сансыз», фр. *écran* «тақта») – бірнеше тақырыптық байланысты суреттерді бір уақытта көрсету әдісі.

Полярлық профильдер әдісі орыс. *метод полярных профилей* – эксперименттік деректерді алу тәсілі.

Популизм орыс. *популизм* (лат. *populus* «халық») – қалың бұқараға үндейтін және оларға өткір әлеуметтік мәселелерді тез әрі оңай шешуге уәде беретін саясат.

Портер матрицасы орыс. *матрица портера* – компанияның стратегиялық мүмкіндіктерін талдауға мүмкіндік беретін, сонымен қатар компанияны нарықтағы позициясы тұрғысынан бағалауға көмектесетін құрал. Бұл нарықты талдау тек жекелеген компанияларға ғана емес, бүкіл нарық секторларына қатысты.

Постер орыс. *постер* (ағылш. *poster* «афиша, хабарландыру, плакат») үгіт-насихат, нұсқаулық-әдістемелік, жарнамалық, сәндік мақсаттар үшін қолданылатын парақ.

Постролл орыс. *постролл* – пайдаланушыға қажет бейне аяқталғаннан кейін бірден көрсетілетін жарнамалық бейне.

Пошталық жарнама орыс. *реклама почтовая* – тікелей жарнаманың түрі. Жарнамалық хаттарды, каталогтарды, брошюраларды және т.б. жіберуден тұрады.

Прагматизм орыс. *прагматизм* – адамның ойлауын, ғылыми және философиялық білімін практикалық нәтижеге қол жеткізуге бағытталған іс-әрекет формасы ретінде қарастыратын американдық философияның бағыты.

Премодерация орыс. *премодерация* – қолданушы жазбалары (әдетте пікірлер, хабарламалар) бастапқыда оларды қоғамдық доменде жариялау туралы шешім қабылдайтын модераторлардың тар шеңберіне ғана көрінетін мазмұнды басқару әдісі. Мұндай жүйе спамдарды, троллингті, қорлауды, пост-модерация кезінде туындайтын басқа құбылыстарды жоюға (немесе ең болмағанда азайтуға) мүмкіндік береді.

Препринт орыс. *препринт* (ағылш. *preprint* «баспа бедері») – мүдделі тұлғалардың тез танысуын қамтамасыз ету мақсатында жедел полиграфия құралдары арқылы шағын таралыммен жарияланған мақаланың немесе кітаптың қысқаша алдын ала нұсқасы.

Преролл орыс. *преролл* – пайдаланушы сұраған онлайн-бейне басталғанға дейін жүктелетін және әдетте 30 секундқа созылатын жарнамалық бейне.

Пресс-жаднама орыс. *пресс-памятка* – БАҚ редакциялары мен журналистерге алдағы іс-шаралар, оқиғалар туралы хабарлайтын баспасөз ақпараты.

Пресс-кит немесе баспасөз кит орыс. *пресс-кит* (ағылш. *press kit* – баспасөзге арналған жинақ) – жоба, ұйым немесе оқиға туралы толық ақпаратты қамтитын бірнеше мәтіндік, аудио және визуалды құжаттар жиынтығы.

Пресс-релиз орыс. *пресс-релиз* – баспасөзге арналған хабар; баспасөз релизін шығарған ұйым (мүмкін жеке тұлға) туралы жаңалықты, қандай да бір мәселе бойынша оның ұстанымын баяндауды қамтитын және бұқаралық ақпарат құралдарында (БАҚ) жариялау үшін берілетін ақпараттық хабар.

Пресс-рилейшнз орыс. *пресс-рилейшнз* – фирманың, мекеменің, ұйымның қызметін жариялау үшін баспасөзбен байланыс орнату және қолдау.

Пресс-тур орыс. *пресс-тур* – қандай да бір өнімді жылжытуға мүдделі құрылым болған жағдайларда өткізілетін БАҚ қызметкерлері үшін маркетингтік және/немесе пиар, іс-шара (немесе олардың сериясы).

Пресса орыс. *пресса* – баспасөз, бұқаралық ақпарат құралдарының бір бөлігі (олар әлі қолданылмаған БАҚ анахронизмімен белгіленеді), бұқаралық мерзімді басылымдардың, сондай-ақ жаппай оқырманға арналған электронды басылымдардың жиынтығы: газеттер, журналдар, жинақтар, альманахтар.

Преференциялар орыс. *преференция* (лат. *praefereantia* «артықшылық») – жекелеген мемлекеттерге, кәсіпорындарға, ұйымдарға белгілі бір қызмет түрлерін қолдау үшін берілетін артықшылық, жеңілдік.

Прехедер немесе поштамәтін орыс. *прехедер* (ағылш. *email preheader*) – хат тақырыбынан (тақырыптарынан) кейін пошта бағдарламасында көрсетілетін мәтін.

Призаборд орыс. *призаборд* (ағылш. *prismavision* «қиық көрініс») – бір жазықтықта үш ауысымды берілген уақыт аралығымен біріктіруге мүмкіндік беретін алынбалы панельдері бар жарнамалық қалқанша-қондырғылар.

Призмавижен орыс. *призмавижен* – ішінен қозғалатын, жарқыраған жарнама. «Қозғалмалы» сөзі призманың, текшенің немесе басқа геометриялық пішіндегі заттың өз осінің айналасындағы қозғалысын немесе жалпы статикалық орнатумен жарнаманың жеке элементтерінің қозғалысын білдіреді.

Призматрон орыс. *призматрон* – көрнекі беті үшбұрышты айналмалы призмалардан тұратындықтан өзгеруі мүмкін жарнамалық тасымалдаушы.

Продуцент орыс. *продуцент* (лат. *producens* «жасаушы») – органикалық емес заттардан органикалық заттар шығаруға қабілетті организмдер.

Промопост орыс. *промопост* (ағылш. *promote* «ілгері жылжыту») – белгілі бір өнімнің толық сипаттамасын беретін интерактивті ақпараттардан тұратын жарнамалық хабарлама.

Процесс индикаторы орыс. *индикатор процесса* – графикалық интерфейстің элементі (виджеті), ол индекстеуді бейнелейтін немесе кез келген тапсырманы орындайтын, мысалы, файлды желі арқылы жүктейтін төртбұрышты панель.

Психографика орыс. *психографика* (грек. *psyche* «жан», *grapho* «жазамын») – тұтынушылардың өмір салты мен жеке сипаттамаларына жүргізілген сандық зерттеулер.

Психографиялық пішін орыс. *психографиялық профиль* (франц. *profil* «кескін») – тұтынушылардың өмір салты мен жеке сипаттамаларының кескіндемесі.

Психологиялық факторлар орыс. *психологические факторы* (лат. *factor* «жасаушы, өндіруші, кінәлі») – жарнамалық хабарламаларды өңдеу процестерінде көрінетін жарнамалық ақпараттың психологиялық әсері. Оларға эмоциялар, ойлар, сатып алушының нақты мінез-құлық әрекеттерін анықтайтын мүмкін шешімдер жатады.

Пікір орыс. *комментарий* – түсініктеме берілген кодтың ішінде орналасқан бағдарламаның бастапқы кодына түсініктемелер.

Пішім орыс. *макет* (фр. *maquette* «нобай») – 1. кішірейтілген масштабтағы немесе толық шамадағы нысанның моделі; 2. белгілі бір заттың моделі, алдын ала үлгісі немесе сынақ үлгісі.

Радиоспот орыс. *радиоспот* (лат. *radius* «таяқша», «біз», «сәуле»; ағылш. *spot* «орын, нүкте»). – жарнамалық аудио ролик, радиожарнаманың бір түрі, оның негізгі көрсеткіштерінің бірі – қысқа да нұсқа болуы.

Радиостанция гарнитурасы орыс. *гарнитура радиостанции* – микрофоннан және «қабылдау – беру» қосқышынан (тангенттерден) тұратын, қосқышы бар кабель арқылы радиостанцияға қосылатын құрылғы; көбінесе гарнитура қате тангент деп аталады.

Райтер орыс. *райтер* – біреуге мәтін жазумен, оларды баспаға дайындаумен кәсіби түрде айналысатын адам.

Растау орыс. *апрув* (ағылш. *to approve* «мақұлдау, растау») – бұл алдын ала модерациядан кейін қандай да бір әрекетті немесе ақпаратты мақұлдау.

Ребрендинг орыс. *ребрендинг* – бұрыннан бері қалыптасқан не жұмыс істеп тұрған брендтің өзгеруі, яғни компания өніміне сұранысты арттыру үшін, нарықта жағымды бейнені қалыптастыру мақсатында қолданылады. Басқаша айтқанда, тұтынушыға қандай да бір компания туралы жаңа көзқарас қалыптастыру.

Редизайн орыс. *редизайн* – тартымдылықты арттыру үшін бір нәрсенің сыртқы түрін өзгерту. Бұл логотипті қалпына келтіру, интерьерді қайта құру, жарнамалық стратегияны өзгерту және шығармашылық бейнені өзгерту.

Режеңкелі беттеу орыс. *резиновая верстка* – сайттың режеңке орналасуы бекітілген орналасудан веб-парақша элементтерінің салыстырмалы өлшемдерімен (пайызбен) ерекшеленеді, яғни, р.б. кезінде веб-парақша браузер терезесінің еніне байланысты өлшемдері өзгереді.

Рейтинг орыс. *рейтинг* – белгілі бір белгі бойынша артықшылық көрсеткіші.

Рейтингтік балл орыс. *рейтинг балл* – теледидардың рейтингтік нүктесі;

Рейтингтік пункт орыс. *рейтинговый пункт* – белгілі бір объектінің маңыздылығын сипаттайтын реттік нөмір немесе сан.

Рекламация орыс. *рекламация* – сатып алушының немесе тапсырыс берушінің сатушыға немесе өнім берушіге (мердігерге) кепілдік міндеттемелердің қолданылу кезеңінде анықталған жеткізілетін тауардың тиісті емес сапасына немесе санына байланысты қоятын кінә қоюы, кемшіліктерді жою, бағаны төмендету, шығындарды (келтірілген залалды) өтеу туралы талап.

Релеванттық орыс. *релевантность* – құжат мәтіні (сайт беті), суреттер немесе бейнелер іздеу жүйесінің пайдаланушысының сұранысына қаншалықты сәйкес келеді.

Ремаркетинг орыс. *ремаркетинг* – сайтта болған, бірақ мақсатты әрекетті аяқтамаған пайдаланушыларға онлайн-жарнаманы көрсетуге мүмкіндік беретін жарнама механизмі. Ремаркетингтің міндеті – әлеуетті клиентке ұсынысты еске түсіру, оны сайтқа қайтару және оны сатып алушыға айналдыру.

Ремейк орыс. *ремейк* (ағылш. *remake* «қайта жасау») – бұрын нарыққа шығарылған басқа өнімдердің идеялары мен функцияларын қолданатын жаңа өнімді шығару.

Реноме орыс. *реноме* – біреу, бір нәрсе туралы қалыптасқан пікір, бедел.

Рентабельділік орыс. *рентабельность* – экономикалық тиімділіктің салыстырмалы көрсеткіші. Рентабельділік материалдық, еңбек және ақша

ресурстарын, сондай-ақ табиғи ресурстарды пайдалану тиімділігінің дәрежесін жан-жақты көрсетеді.

Репрезентациялық іріктеме орыс. *репрезентативная выборка* – зерттеу міндеттері тұрғысынан маңызды бастапқы популяцияның барлық қасиеттеріне ие соңғы көлемді таңдау.

Репринт орыс. *репринт* (ағылш. *reprint* «қайта басып шығару») – бұрын шығарылған түпнұсқаны суретке түсіру арқылы алынған баспа басылымы, оның нақты көшірмесі.

Рестайлинг орыс. *рестайлинг* (ағыл. *restyling* «жаңғырту») – идеологияны сақтай отырып стильді, бренд атрибуттарын өзгерту. Р. брендтің сыртқы түріндегі косметикалық өзгерістер. Компанияның логотипі, тауар белгісінің эмблемасы, ақпараттық материал, корпоративтік сәйкестендіру.

Реферал орыс. *реферал* (ағыл. *referral* «бағыт») – басқа қатысушының ұсынысы бойынша тіркелген серіктестік бағдарламаның қатысушысы. Мұндай маркетинг схемасы интернетте кең таралған және белгілі бір қызметтерді ұсынатын сайттарда тіркеуді қамтиды.

Реферал сілтеме орыс. *реферальная ссылка* – пайдаланушы үшін бірегей идентификаторды қамтитын белгілі бір сайтқа сілтеме. Р.с. жаңа пайдаланушыларды тарту және оларды әкелген қатысушыларға сыйақы есептеу үшін қолданылады.

Референттік топ орыс. *референтная группа* – жеке адам өзі үшін эталон ретінде көрінетін және өзінің мінез-құлқы мен өз-өзін бағалауда сол топтың пікірлеріне, нормаларына және құндылықтарына қарайтын адамдардың нақты және шартты әлеуметтік қауымдастығы. Маркетинг бұл терминді әлеуметтік психологиядан сатып алушының қалауы мен шешім қабылдауын қалыптастыра алатын топтарды белгілеу үшін алды.

Референция орыс. *референция* (лат. *referens* «салыстырмалы, салыстырмалы») – қандай да бір несиелі туралы сауда компаниясының тұлға, мекеме, маркетингке берген анықтамасы. Бұл әлеуметтік психология термині сатып алушының қалауы мен шешім қабылдауын қалыптастыруға қабілетті топтарды белгілеу үшін алынған.

Рефлексия орыс. *рефлексия* (лат. *reflexio* «бейнелеу») – бұл субъектінің назарын өзіне және оның санасына, атап айтқанда, өз іс-әрекетінің өнімдеріне, сондай-ақ оларды қайта қарастыруға аудару.

Рефрейминг орыс. *рефрейминг* – рамкалардың өзгеруі; белгілі бір оқиғалар орналасқан фреймдерді өзгерту арқылы олардың мағынасын басқаша түсіндіруге және жаңа шешімдер табуға мүмкіндік беретін нейролингвистикалық бағдарламалау техникасы.

Рефрейминг орыс. *рефрейминг* (ағыл. *frame* «жақтау») – адамның көзқарасын басқа, кейде тіпті керісінше өзгертуге мүмкіндік беретін арнайы техника. Бұл шындықты анықтау емес, жағдайды барлық жағынан басқаларға көрсету мүмкіндігі.

Реципиент немесе алушы орыс. *реципиент* (латын. *recipere* «қабылдау, алу» *recipientis* «алушы») – жарнамалық коммуникацияның қатысушысы, жіберуші берген өтінішті қабылдайтын тарап.

Рисеч орыс. *рисеч* (ағылш. *research* «зерттеу») – жаргон сөз, жарнамалық идеяда кейінірек қолданылатын бастапқы материалды іздеу процесін білдіреді.

Ротафиштер орыс. *ротафиштер* – қораптың ішінде жарықтандырылған шарлар, символдары мен мәтіндік ақпараты бар ұшбұрыштар (сыртқы жарнама).

Сайлау науқаны орыс. *избирательная кампания* – сайлаушыларды ақпараттандыруға және олардың сайлауға қатысуын ынталандыруға бағытталған, сайлауға дайындық және оны ұйымдастыру кезінде жүзеге асырылатын іс-шаралар.

Сайлау орыс. *выборы* – ашық немесе жасырын дауыс беру арқылы біреуді сайлау рәсімі.

Сайт аудиториясы орыс. *аудитория сайта* (лат. *audītōrium* «тыңдаушыларға арналған зал») – 1. интернет-сайтқа кірген интернет пайдаланушылардың жиынтығы; 2. веб-жоба арқылы қалыптасқан адамдардың қауымдастығы.

Сайттарды саралау орыс. *ранжирование сайтов* (неміс. *rangierung* «рет-ретімен орналастыру») – пайдаланушының сұрауына жауап ретінде іздеу жүйесінің іздеу парағында сайттардың белгілі бір тәртібін құру процесі.

Сайтты индекстеу орыс. *индексация сайта* – іздеу жүйесінің веб-сайтыңыздың мазмұны туралы ақпарат жинау процесі.

Сайтты саралау орыс. *ранжирование сайтов* – іздеу нәтижелері бойынша сайттарды сұрыптау.

Сайттың сенімділігі орыс. *траст сайта* (ағылш. *trust* «сенім») – іздеу жүйесінің интернет-жобаға деген сенім деңгейі. Сауатты және жан-жақты ілгерілету саясатын қолданған жағдайда уақыт өте келе сайттың беделі артады.

Салыстыру әдісі орыс. *метод сравнений* – екі немесе одан да көп объектілерді (құбылыстарды, идеяларды, зерттеу нәтижелерін және т.б. салыстыру, оларды жіктеу және типология мақсатында жалпы және әртүрлі етіп бөлу әдісі.

Санағыш орыс. *счетчик* – жарнаманың тартымдылығын, оны тұтынушылардың ұнату көрсеткішін есептегіш. Көрсеткішті өлшеу үшін CTR (*click – through rate*) термині қолданылады.

Сапа кепілдігі орыс. *гарантия качества* – галантереялық тауарларға өнеркәсіптік тұтыну тауарларының кең ассортименті жатады, олардың мөлшері негізінен шағын. Бұл топқа әр түрлі материалдардан әр түрлі технологиялық әдістермен жасалған және дәретханаға, безендіруге, тұрмыстық қажеттіліктерге қолданылатын өнімдер жатады.

Сапалы зерттеу орыс. *качественное исследование* – маркетингтік зерттеу әдістерінің тобы, олардың басты міндеті – «қалай», «неге»

сұрақтарына жауап беру. Сапалы зерттеулерге фокус-топтық пікірталастар, терең және сараптамалық сұхбаттар, нейромаркетингтік зерттеулер жатады

Саралау орыс. *парсинг* – информатикада синтаксистік талдау (парсинг) – бұл тілдің лексемаларының (сөздердің, таңбалауыштардың) сызықтық тізбегін оның ресми грамматикасымен салыстыру процесі. Нәтиже көбіне талдау ағашы болып табылады. Әдетте лексикалық талдаумен бірге қолданылады.

Саралаушы орыс. *парсер* – кіріс деректерін (әдетте мәтін) оларды кейіннен талдау және пайдалану міндеттері үшін қажетті құрылымдалған форматқа түрлендіретін бағдарламаның бөлігі.

Сараптамалық баға орыс. *экспертная оценка* – іздеу әдісі және сарапшының жеке пікірін немесе сарапшылар тобының ұжымдық пікірін пайдалану негізінде алынған әдісті қолдану нәтижесі.

Саржағал басылым орыс. *бульварная пресса/желтая пресса* – төмен бағамен таратылатын және әйгілі адамдардың өмірі туралы қауесеттерге, сенсацияларға (көбінесе қиялға), жанжалдарға, өсектерге бағытталған баспасөз басылымдары.

Сары беттер орыс. *желтые страницы* (ағылш. *yellow pages*) – компанияның атауы бойынша немесе алфавит бойынша емес, категориялары бойынша ұйымдастырылған және жарнамалар сатылатын кәсіпкерлердің телефон анықтамалығы.

Сату алаңы орыс. *поле продаж* – кез келген коммерциялық қызметті жүзеге асыруға бағытталған орын. Ол коммерциялық кәсіпорынның бизнес циклінің соңғы кезеңін жүзеге асыру үшін қолданылады.

Сату орнындағы жарнама орыс. *реклама на месте продаж* – сатып алушыға сол жерде сатып алуды қамтамасыз ету үшін қолданылатын жарнама құралдары мен әдістерінің жиынтығы.

Сату орындарындағы жарнама орыс. *реклама в местах продаж* – сату нүктелерінде (дүкендер, т.б.) әр түрлі **жарнама** құралдарын қолдану

Сату сүзгісі орыс. *воронка продаж* – болашақ сатып алушының ұсыныспен немесе өніммен алғашқы танысудан бастап нақты сатып алуға дейінгі болжамды «саяхатын» сипаттайтын маркетингтік модель.

Сату шұңқыры орыс. *воронка продаж* – болашақ сатып алушының ұсыныспен немесе өніммен алғашқы танысудан бастап нақты сатып алуға дейінгі болжамды "саяхатын" сипаттайтын маркетингтік модель.

Сатуды жылжыту орыс. *продвижение продаж* (ағылш. *sales promotion*) – маркетингтік технологиялардың бір түрі, жарнама берушінің өнімдерін немесе қызметтерін сатуды ынталандыратын коммерциялық және шығармашылық идеяларды жүзеге асыратын қызмет.

Сатуды ынталандыру орыс. *стимулирование сбыта* – тауарды немесе қызметті өткізуді ұлғайтуға бағытталған іс-шаралар.

Сатушы нарығы орыс. *рынок продавца* – нарықта сатып алушылар тарапынан туындаған сұраныс көлемі сатушылар тарапынан қойылған ұсыныс шамасынан асып түсетін жағдай.

Сатып алу мінез-құлқы орыс. *покупательское поведение* – бағалар мен жеке бюджетті, яғни жеке ақшалай кірістерді ескере отырып, тауарларды тәуелсіз таңдауды жүзеге асыратын тұтынушылардың сұранысын қалыптастыру процесі.

Сатып алушы нарығы орыс. *рынок покупателя* – ережелерді түпкілікті тұтынушы қалыптастырып, тұтынушылық сұраныспен толығымен бақыланатын нарық түрі.

Сатып алушы тұлға орыс. *персона покупателя* (ағылш. *buyer persona* «сатып алушы жеке тұлғасы») – сіздің проблемаңызды шешу үшін сіздің компанияңызды таңдайтын адамның ұжымдық портреті. Сіз сонымен қатар оны клиенттің портреті немесе клиенттің аватары деп атауға болады, мәні бірдей – сіз өзіңіздің идеалды клиентіңіздің нақты бейнесін қалыптастыруыңыз керек.

Сатып алушыларды ынталандыру орыс. *стимулирование покупателя* – тауарлар мен қызметтерге сұранысты және ілгерілетуді ынталандыратын әсер ету құралдары.

Сатып алушының портреті орыс. *портрет клиента* – сатып алушының жеке тұлғасы, пайдаланушының профилі, клиенттің аватары, сатып алушының сипаты. Мақсатты аудиторияның ұжымдық бейнесі. Ол өнімнің немесе қызметтің әдеттегі пайдаланушысын сипаттайды.

Сауалнама жүргізу орыс. *анкетирование* (фр. *enquete*, сөзбе-сөз – тергеу) – нақты адамдар тобына сұрақтар қою арқылы алғашқы ақпаратты жинау әдісі; әлеуметтік зерттеудің негізгі техникалық құралдарының бірі; социологиялық, әлеуметтік-психологиялық, экономикалық, демографиялық және басқа зерттеулерде қолданылады.

Сауалнама орыс. *анкета* (фр. *enquête* «сауал, сұрақ») – бұл сауалнамаға қатысушылардан олардың өнімге немесе қызметке деген көзқарасын білуге мүмкіндік беретін сұрақтардың арнайы тұжырымдалған тізбегі.

Сауда-саттыққа қатысушы орыс. *биддер* – мәтінмәндік жарнамада ставкаларды автоматты түрде тағайындау және түзету үшін тегін құрал.

Сауда-сауық кеші орыс. *парти-плэнт* (ағылш. *party – plant* «сауық кеші», «өсіру, көбейту») – тауарды өткізу барысында қолданылатын ынталандыру әдістерінің бірі. Қонақтарды арнайы қабылдап, тауарларды үйде жарнамалауды ұйымдастыру. Достары үшін осындай "маркетингтік" кештер ұйымдастырған үй иелері комиссиялық сыйақы, бағалы сыйлықтар алады.

Сауда атауы орыс. *торговое наименование* – компанияның атауы немес ол шығаратын өнімді білдіретін жалпы ұғым.

Сауда белгісі орыс. *торговая марка* – компания өндіретін немесе сататын белгілі бір тауарлардың басқа тауарлардан айырмашылығының белгісі ретінде қызмет ететін нақты символ.

Сауда белгісінің атауы орыс. *название торгового знака* – өнімде қолданылатын және бір өндірушінің өнімдерін басқа өндірушінің ұқсас тауарларынан ажыратуға қызмет ететін белгі (сөз, логотип, сурет, орау).

Сауда жарнамасы орыс. *торговая реклама* – кез келген нысанда, кез келген құралдардың көмегімен таратылатын, сауда кәсіпорны, тауарлар мен қызметтер туралы белгісіз тұлғалар тобына арналған және тауарларды өткізуге ықпал ететін ақпарат.

Сауда күркешесі орыс. *навильон* (лат. *papilio* «шатыр») – шағын, жеңіл құрылымды ашық құрылыс.

Сауда маркетингі орыс. *торговый маркетинг* (ағылш. *trade marketing*) – маркетингтің бір бағыты тауар өткізу тізбегіне әсер ету арқылы сатылымды арттыруға мүмкіндік береді. Өткізу тізбегіне өндіруші-соңғы тұтынушы тізбегіндегі барлық тізбектер кіреді.

Сауданы сырғыту орыс. *сейлз промоушн* (ағылш. *salespromotion* «сатуды ілгерілету») – жарнамаланған тауарлар мен сауда маркаларына қысқа мерзімді сұраныс жасауға арналған маркетингтік іс-шаралар (маркетингтік акциялар, жарнамалық акциялар, сауда акциялары).

Саяси жарнама орыс. *политическая реклама* – белгілі бір сайлау науқаны алдында азаматтарды саяси үміткерді қолдауға шақыратын материалдар, хабарлар мен сұқбаттар. Жарнаманың бұл түрін белгілі бір партияның атынан кандидат немесе өзін-өзі ілгері жылжытушы тұлға, сайлау бірлестігі не кандидаттың атынан әрекет етуші адам жасай алады.

Саяси консалтинг орыс. *консалтинг политический* – саяси кеңес беру – қоғаммен байланыс технологияларын қолданудың бірі – мұқтаж азаматтардың санаттарына кәсіби көмек көрсету және олардың белгілі бір саяси мәселелерді шешуінен қалыптасады.

Саяси маркетинг орыс. *политический маркетинг* – саяси күрестің мақсаттары мен міндеттеріне қатысты қолданылатын маркетинг. Саяси маркетинг қоғамның белгілі бір саяси қайраткерлерге, партияларға немесе қозғалыстарға қатынасын құру, қолдау немесе өзгерту үшін орындалатын қызметті сипаттайды.

Саяси цензура орыс. *цензура политическая* – мемлекеттің және басқа да мемлекеттік органдардың ашық ақпарат түрлерін (баспа, радио, теледидар, кино, бейнелеу өнері туындылары, мұражай экспозициялары және т.б.), кейде жеке хат алмасуды бақылау нысандарының бірі.

Сәйкестендіру орыс. *идентификация* – белгілердің сәйкес келуі негізінде белгісіз заттың белгілі затпен сәйкестілігін қалыптастыру, тану.

Сәлемдемелік сауда орыс. *посылочная торговля* (ағылш. *mail order* «тапсырыс беру») – тауарларды жеке тапсырыстар бойынша пошта сәлемдемелері арқылы жіберетін дүкеннен тыс сауда жасаудың бір түрі.

Сәулеттік дизайн орыс. *архитектурный дизайн* – адамның тұруы үшін эстетикалық және жайлы жағдай жасауға бағытталған жобалау қызметінің түрі.

Сегмент орыс. *сегмент* – қандай да бір заттың бөлігі, мысалы нарық сегменті.

Сегменттеу орыс. *сегментирование*, клиенттерді сегментациялау немесе сегментациялау дегеніміз – тұтыну нарығын белгілі бір белгілерге сәйкес бөліктерге (сегменттерге) бөлу процесі.

Сейлз-дәлелдеме орыс. *сейлз-аргумент* – жарнамаланатын тауарды сатып алу пайдасына дәлелдеме.

Сейлз-промоушн орыс. *сейлз-промоушн* – 1. өнімді ілгерілету, сатуды ынталандыру бойынша әрекеттер. 2. тауарларды жеткізуші компания тарапынан сауда қызметкерлерінің еңбегін сыйлықтар, сыйлықтар арқылы көтермелеу.

Семантика орыс. *семантика* (грек. *σημαντικός* «белгілейтін, көрсететін») – интернет-маркетингте бұл термин сайттың тақырыбы мен құрылымы деп аталады.

Семантикалық өзек орыс. *семантическое ядро* (грек. *σημαντικός* «белгілейтін, көрсететін», *hadros* «мықты, қатты») – сайт ұсынатын қызмет түрін, өнімдерді немесе қызметтерді сипаттайтын сөздер, олардың морфологиялық формалары мен сөз тіркестерінің жиынтығы.

Сенім орыс. *доверие* – адамдар арасындағы ашық, оң қарым-қатынас, сенімді адам сол немесе басқа қарым-қатынаста болатын басқа адамның әдептілігі мен қайырымдылығына деген сенімді қамтиды.

Сенімгер орыс. *конфидент* – сенімді, құпиялар мен сырларды айтуға болатын адам; 2. Сенімді тұлға, кепілгер.

Сенім телефоны орыс. *горячая линия (қауырт желі)* – ең соңғы жаңалықтарды немесе бірінші қолдан жасалған мәліметтерді жеткізу үшін оқиға орнымен тікелей байланыс (мысалы, телефондық).

Сенімхат орыс. *доверенность* (ағылш. *warrant; power of attorney; proxy*) – сенім білдірушінің өз атынан өкілдік ету үшін екінші тұлғаға берген жазбаша уәкілдігі, бір адамның не мекеменің атынан екінші бір адамға тапсырманы орындай алу немесе бір затқа ие болу мүмкіндігінің бар екендігіне сеніп берілетін ісқағазының бір түрі.

Сертификаттау белгісі орыс. *знак сертификации* – тауарға немесе тауардың орамасына қойылатын, осы тауардың белгілі бір стандартқа, сертификаттау ұйымдары мен кәсіпорындарының талаптарына сәйкестігін көрсететін арнайы белгі.

Серіктес сайт орыс. *аффилированный сайт* – бір адамға, компанияға немесе ұйымға тиесілі сайттар.

Серіктестік маркетинг орыс. *партнерский маркетинг* (ағылш. *affiliate marketing*) – интернет-маркетинг құралдарының бірі. Оны желіде бизнесті жылжыту әдісі ретінде анықтауға болады (веб-серіктестер), онда серіктес әр келушіге, жазылушыға, сатып алушыға және/немесе оның күш-жігеріне байланысты сатылымға сыйақы алады.

Сетерайтер орыс. *сетерайтер* – интернеттегі www желілеріндегі мәтіндер жазушы тұлға.

Синдикатталған зерттеулер орыс. *синдицированные исследования* – нарықты зерттеумен айналысатын компаниялар орындайтын және кейіннен мүдделі тараптарға сатуға ұсынылатын нарықты зерттеу жөніндегі ірі ауқымды жоба.

Синхромаркетинг орыс. *синхромаркетинг* – маусымдық тұтыну тауарларын сату кезінде тұрақсыз сұраныс жағдайында не конъюнктураның өзге циклдік немесе болжанбайтын құлдырауына қолданылатын маркетинг.

Сипаттама орыс. *характеристика* – белгілі бір адамның, заттың айрықша қасиеттерін, артықшылықтары мен кемшіліктерін сипаттау, анықтау.

Скетч орыс. *скетч* (ағылш. *sketch* «нобай, пішім») – 1. маркетингте бұл визуалды ойлау тәсілі, мәтін, суреттер мен сызбалардан тұратын белгілер; 2. мәтін мен бейнелеу элементтерінің үйлесімі болып табылатын суреттер, сілтемелер, жақтаулар және сызықтар секілді көрнекі жазбалар.

Скринкаст орыс. *скринкаст* (ағылш. *screencast* «жасырын түсіру») – компьютердің экранына шыққан ақпараттың сандық жазбасы, оны кейде video screen capture (досл. «экранды бейнешабуылдау») деп те айтады.

Созылу белгілері орыс. *растяжки* – веб-беттің жоғарғы жағында, оның негізгі мазмұнынан жоғары орналасқан баннерлер. Олар сыртқы жарнамада қолданылатын матадан жасалған жарнамалық белгілерге ұқсастығына байланысты аталған.

Спам-сүзгі орыс. *спам-фильтр* (ағылш. *spam trigger*) – пайдаланушыны спамнан қорғауға арналған бағдарлама. Кіріс электрондық поштаны немесе кез келген жерде (мысалы, Википедияда) орналастырылған сілтемелерді сүзу үшін қолданылады.

Спам орыс. *спам* (ағылш. *spam* «боршаланған шұжық») – алуға ниет білдірмеген тұлғаларға жарнамалық сипаттағы хат-хабарларды жаппай тарату, сондай-ақ бұқаралық хабарларды тарату. Спамды таратушылар *спамерлер* деп аталады.

Спиндокторинг орыс. *спиндокторинг* – нағыз қара PR, фактілер мен белгілі бір оқиғаларды жеке адамның немесе бүкіл ұйымның пайдасына объективті ұсынудан тұрады.

Спичрайтер орыс. *спичрайтер* – саяси қайраткерлер үшін сөйлеу мәтіндерін құрастырушы маман.

Сплит тестілеу орыс. *сплит – тестирование* (ағылш. *split* «жару, бөлу») – әртүрлі жарнамалық нұсқалардың тиімділігін салыстыруға және бағалауға мүмкіндік беретін Facebook-тің мақсатты жарнамасындағы технология.

Спот орыс. *spot* (ағылш. *spot* «орын») – радио және ТВ – бағдарламаларға қосуға арналған жарнамалық ролик (мәтін).негізінен жарнама берушілер мен радио және теледидар қызметкерлері қолданатын маркетингтік термин.

Спринт орыс. *спринт* (ағылш. *sprint* «қысқа қашықтыққа жүгіру») – 1. жарнамалық команда өнімнің тұтынушы үшін құнды бөлігін көрсетілімге

дайындайтын кезеңі; 2. мақсат, оған жету жоспары, жұмыс және түпкілікті өнімнен тұратын шағын жоба.

Стенд (көрмеде, жәрмеңкеде) орыс. *стенд* (көрмеде, жәрмеңкеде) – қандай да бір экспонаттар, газеттер, кестелер және т.б. бекітіліп, көрсетілетін қалқан, тірек.

Стендші орыс. *стендист* – стендке қызмет көрсететін, көрмеге келушілерге түсініктеме беретін көрме қызметкері.

Стереотип орыс. *стереотип* (көне грек. *στερεός* «қатты», *τύπος* «із») – тиісті стереотиптік мінез-құлықта көрініс табуы мүмкін адамның алдын ала қалыптастырған ақыл-ой бағасы.

Стоппер орыс. *стоппер* – картон тіктөртбұрыш немесе пластикалық бұйым өнімдері бар сөрелерге тігінен бекітілген тақтайша. Ол тұтынушылардың назарын өнім санаттары мен өнім топтарына аудару үшін қолданылатын POS материалы болып табылады.

Стратегия орыс. *стратегия* (грек *στρατηγία* «қолбасшылық өнер») – әлеуетті тұтынушының бәсекелес тауарлардың ішінен нақты бір тауарды артық көруі үшін жасалатын тәсілдердің бірі. Стратегиялау барысында осы өнімге қандай мағына беру керектігі анықталып, тұтынушыға белгілі бір пайда әкелетін қасиеті баса көрсетіледі.

Субординация орыс. *субординация* (лат. *Subordinatio* «бағыну») – әскери тәртіп, иерархиямен байланысты қызметтік қатынастар жүйесі, кейбір басшылардың бағынуы, олардың бөлімшелерімен, жоғары деңгейдегі басшылармен қоса алғандағы бағынуы.

Сұраныс икемділігі орыс. *эластичность спроса* – бағаның өзгеруіне, табыс деңгейіне немесе басқа факторларға клиенттің реакция дәрежесін дәл өлшеуге мүмкіндік береді. Серпімділік коэффициентінің көмегімен есептеледі.

Сұраныс орыс. *спрос* – қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін белгілі бір жерде және белгілі бір уақытта кез келген өнімді, нақты бір өнімді немесе қызметті алуға деген ұмтылыс, құлшыныс.

Сұранысты қалыптастыру орыс. *формирование спроса* – әлеуетті сатып алушыларда сіздің компанияңыздың өнімдеріне қатысты «маған бұл керек» деген терең сезімді қалыптастыру қабілеті және бұл сатып алушы оларды өз бизнесі үшін жаңа мүмкіндіктер ретінде қарастырған кезде пайда болады.

Сұраныстың икемділігі орыс. *эластичность спроса* – сұраныстың икемділігі сатып алушының бағаның өзгеруіне, кіріс деңгейіне немесе басқа факторларға реакция дәрежесін дәл өлшеуге мүмкіндік береді.

Сұрау салу орыс. *опрос* – әлеуметтік зерттеулерде қолданылатын бастапқы ақпаратты жинау әдісі.

Сұхбат орыс. *интервью* – бағытталған диалог, ауызша пікіртерім арқылы әлеуметтік – психологиялық ақпарат алу амалы.

Сұхбат орыс. *опрос* – сұралушының сөзінен объективті және (немесе) субъективті фактілер туралы бастапқы ақпаратты жинау әдісі; аудиторияның

пікірін анықтау мақсатында алдын ала дайындалған сұрақтарға жауаптарды тікелей немесе жанама жинау.

Сыбайлас жемқорлық орыс. *коррупция* – параға сатып алу, азғыру, парамен азғыру.

Сынақ маркетингі орыс *пробный маркетинг* (ағыл. *test marketing*) – өнімнің үлкен нарыққа шыққан кездегі қабылдану мүмкіндігін анықтау үшін жіберілетін шағын, шектеулі өнім.

Сынамаларды алу орыс. *сэмплинг* – 1. супермаркеттердің сауда залдарында тауарларды жылжыту формасы. 2. миниатюралық қаптамаларды қолдана отырып, өнімді нарықта жылжытудың бір әдісі.

Сынамалық түрлі – түсті басып шығару орыс. *пробный цветной отпечаток* – жарнама беруші түрлі-түсті жарнаманы жариялағысы келген жағдайда редакцияға ұсынылатын түрлі-түсті суреттің үлгісі.

Сыртқы жарнама орыс. *наружная реклама* – сауда үй-жайынан тыс уақытша немесе арнайы тұрақты конструкцияларда, ғимараттарда, көшені жарықтандыру элементтерінде, жүру бөлігінің, тротуарлардың бетінде/үстінде орналастырылатын графикалық, мәтіндік не өзге де жарнама.

Сыртқы маркетинг орыс. *исходящий маркетинг* – жаппай хабарлама арқылы клиенттерді тарту.

Сыртқы оңтайландыру орыс. *внешняя оптимизация* – үшінші тарап көздерінен сілтеме массасын құруға бағытталған сайтпен жұмыс. Олар әртүрлі форумдар, блогтар, ақпараттық порталдар, тақырыптық каталогтар болуы мүмкін.

Сілтеме агрегаторлары орыс. *ссылочные агрегаторы* (лат. *aggregatio* «жинау, қорлану») – сайттарды іздеу жүйесінің жоғарғы жағына жылжыту үшін сілтемелерді орналастыратын қызметтер.

Сілтеме жасау немесе линкбилдинг (ағылш. *link* «нұсқау»; «сілтеу»; «сүйену», *building* «құрылыс») – шетелдік интернет-маркетологтар мен SEO мамандарынан алынған термин, іздеу жүйесін жылжыту мақсатында сайтқа сапалы сыртқы сілтеме массасын құру процесін білдіреді.

Сілтеме массасы орыс. *ссылочная масса* (лат. *massa* «кесек, бөлік») – үшінші тарап ресурстарында орналастырылған және оңтайландырылған сайтқа апаратын барлық белсенді сыртқы сілтемелердің жиынтығы. Ол іздеу жүйелері арқылы сайтты саралаудың маңызды факторларының бірі болып табылады

Сілтемелер биржасы орыс. *биржа ссылок* – тауар биржасы қағидаты бойынша ұйымдастырылған сайттарға кері сілтемелерді сатып алуға/сатуға арналған жүйе. Биржаның қатысушылары веб-мастерлер мен оптимизаторлар болып табылады. Биржаға сілтемелерді сатып алуға қызығушылық танытқан оптимизаторлар және сілтемелерді сатудан ақша тапқысы келетін сайт иелері келеді.

Сілтемелеу орыс. *перелинковка* (ағылш. *link* «сілтеме») – әртүрлі сайттар мен нақты бір сайттың беттерін өзара гиперсілтемелермен байланыстыру процесі.

Сэндвич-мэн орыс. *сэндвич-мэн* – сыртқы жарнама құралы; ақылы түрде артына және кеудесіне жарнамалық плакаттар киіп, парақшалар тарататын адам.

Табиғи сілтеме орыс. *естественная ссылка* – сайт иелері немесе олардың келушілері өз қалауы бойынша орнататын сілтемелер. Сілтемелер сайтқа кірушілерге арналған ұсыныстар ретінде қызмет етеді.

Табло орыс. *вывеска* – сатылатын немесе өңделетін заттар бейнеленген әртүрлі жазуы бар тақтай, қалқан.

Тағайындау орыс. *назначение* – қандай лауазымға, жұмысқа және т.б. жіберу, қабылдау туралы өкім, сондай-ақ осындай өкімі бар құжат.

Тактика орыс. *тактика* (грек. *такτικός* «құрылым, орналасым») – тауарды немесе қызметті сату барысында өнім иесінің өз мақсатына жетудегі әдістері мен құралдарының жиынтығы.

Тақырып орыс. *заголовок* (ағылш. *title*) – мәтіннің, хабарламаның немесе жарнаманың кіріспе сөзі.

Тақырыптық дәйексөз индексі (ТДИ) орыс. *тематический индекс цитирования (ТИЦ)* – басқа сайттардан оларға берілетін сілтемелерді – сапалық сипаттамаларды ескере отырып интернет-ресурстардың беделін анықтайтын «Яндекс» іздеу машинасының технологиясы.

Талғамалы жарнама орыс. *реклама селективная* – тұтынушылар тобын айқындауға бағытталған жарнама.

Талдау бірлігі орыс. *единица анализа* – біз зерттейтін, есептейтін немесе бағалайтын хабарламаның жеке элементі немесе белгісі

Тампонмен басып шығару орыс. *тампонная печать (тампопечать)* – басып шығару түрі, кәдесый өнімдеріне логотипті басу үшін қолданылады.

Танымдылық немесе жариялылық орыс. *публицити* (ағылш. *publicity* «танымдылық, жариялылық») – бұқаралық ақпарат құралдары, кең жарнама және т.б. арқылы қол жеткізілген атақ, танымалдылық, жариялылық.

Танысқы, визитка орыс. *визитная карточка, визитка* – адам немесе ұйым туралы маңызды байланыс ақпаратының дәстүрлі тасымалдаушысы.

Таныстырым (тұсаукесер) орыс. *презентация* (ағылш. *present* «табыс ету») – ұсынылатын тауар туралы қажетті ақпаратты алушы үшін ыңғайлы қалыпта хабарлауға мүмкіндік беретін ақпараттық немесе жарнамалық құрал.

Таңба орыс. *марка* – кең мағынада брендпен бірдей. Белгі, таңба, атау (жеке әріптердің, сандардың, сөздердің тіркесімі), сурет (графикалық белгілер, түстер үйлесімі, түрлі-түсті графика түрінде) және олардың комбинациясы, өнімді анықтай отырып сатушыға немесе өндірушіге қатысты сатып алушы мен тұтынушының көзі және оны бәсекелестердің өнімінен ажырату. Брендке фирмалық атау және сауда маркасы, мәні, маңызы, айрықша белгілері кіреді.

Таңбалау орыс. *маркировка* (фр. *marguer* «белгілеу») – 1. кез келген нысанға немесе тауарға шартты белгілерді, әріптерді, сандарды, графикалық белгілерді немесе жазуларды одан әрі сәйкестендіру, тану мақсатында салу;

2. әрбір жүк орнының (жәшіктің, қаптың, тордың, контейнердің және т.б.) қаптамасына салынатын, жүкті тиісінше тасымалдау және оны жүк алушыға тапсыру үшін қажетті деректері бар сәйкестендіру шартты белгілері.

Тандама орыс. *выборка* – статистикалық термин маркетингтік және жарнамалық зерттеулерде жалпы топты жекелендіруге арналған адамдар тобын немесе халықтың сегментін білдіреді, яғни тұтынушылардың түрі немесе жалпы халық.

Тапсырыс мақала орыс. *заказная статья* – деструктивті күштердің бұйрығымен жазылған және жарияланған мақала.

Таргетинг орыс. *таргетинг* (ағылш. *target* «мақсат») – барлық қол жетімді аудиториядан тек белгіленген өлшемдерге (мақсатты аудиторияға) сәйкес келетін бөлікті бөліп алуға және оған жарнаманы көрсетуге мүмкіндік беретін жарнамалық механизм.

Таргетты жарнама орыс. *таргетированная реклама* – жарнамаланатын өнімге немесе қызметке қызығушылық танытуы мүмкін адамдардың берілген параметрлеріне (сипаттамалары мен мүдделеріне) сәйкес мақсатты аудиторияны іздеу әдістері мен параметрлерін қолданатын онлайн-жарнама әдісі.

Таркетингті жарнама орыс. *таргетированная реклама* (ағылш. *target* «мақсат») – барлық қолда бар аудиториядан берілген критерийлерге (мақсатты аудиторияға) сәйкес келетін бөлікті ғана бөліп алуға және оған жарнаманы көрсетуге мүмкіндік беретін жарнамалық механизм.

Тарту, қатыстыру, қызықтыру орыс. *вовлечение* – аудиториядан кері байланыс алуға, ізбасарларды брендпен өзара әрекеттесуге тартуға арналған мазмұнды қамтиды.

Тартымдылық орыс. *аттрактивность* (лат. *attrahere* «тарту») – бұл тартымдылық, негізінен тітіркенуді тудырмайтын, керісінше қызықтыратын, белгілі бір тартымдылықты, жанашырлықты тудыратын нәрсенің табиғи жағдайы.

Тауар белгісі орыс. *товарный знак* – әртүрлі кәсіпорындардың тауарлары немесе қызметтері арасындағы айырмашылықты қамтамасыз етуге бағытталған белгі. Тауар белгісі меншіктің қорғалатын құқығын білдіреді.

Тауар вариациясы орыс. *вариация товара* – өндірілетін және сатылатын тауардың жеке қасиеттерін немесе сапа көрсеткіштерін өзгерту арқылы оны өзгерту.

Тауар маркасы орыс. *торговая марка* – зияткерлік меншік ретінде авторлық құқықпен қорғалған компанияның ерекше атауы, тауарлар санаты немесе нақты өнімдер. Компанияда әртүрлі өнім желілерін шығаратын бірнеше сауда белгілері болуы мүмкін.

Тауар мәні орыс. *замысел товара* – нарықта сатуға ұсынылатын жаңа өнім.

Тауар орыс. *товар* – қоғамда айырбастау, сатып алу-сату жолымен бөлінетін, құны бар еңбек өнімі, яғни материалдық-заттық пішіндегі өндірістік-экономикалық қызметтің кез келген өнімі.

Тауар сапасы орыс. *качество товара* – сатып алу сұранысына және оның бәсекеге қабілеттілігіне шешуші әсер ететін өнімнің негізгі сипаттамаларының бірі.

Тауар туралы ақпарат орыс. *товарная информация* – коммерциялық қызмет субъектілері – пайдаланушыларға арналған тауар туралы мәліметтер.

Тауарды айқындау орыс. *позиционирование товара* (латын. *positio* «қондыру, орнату») – белгілі бір брендтің сатып алушылардың санасындағы алатын орнын және оны бәсекелестердің өнімдерінен ерекшелейтін қасиетін, бәсекелестік артықшылығын анықтай отырып, сол брендті жылжыту құралы.

Тауардың өміршеңдік циклі орыс. *жизненный цикл товара* – тауардың нарықта болу уақыты, өнімнің дизайнынан бастап оны өндіру мен сатудан шығаруға дейінгі уақыт кезеңі.

Тауарлық белгінің контрафакциясы орыс. *контрафакция товарного знака* (лат. *contrafactio* «жасанды») – белгілі бір ұйымдардың нарыққа белгілі тауар белгілерін белгілі өндірушілердің тауарларына ұқсас тауарларды өндіру мен сатудан түсім алу үшін заңсыз пайдалануы.

Тауарлық жарнама орыс. *товарная реклама* – экономиканың кез келген саласында өндірілген және нарықта сатуға ұсынылған барлық тауарлар мен қызметтердің жарнамасы.

Тауарлық саясат орыс. *товарная политика* – кәсіпкерлік мақсаттарды қоюға және оларға қол жеткізуге бағытталған іс-шаралар мен стратегиялардың жиынтығы.

Тауарлық стратегиялар орыс. *товарные стратегии* – тауар саясатының негізгі бағыттары, оларды орындай отырып компания өнімнің өмірлік циклінің барлық кезеңдерінде тұрақты сатылым мен кірісті қамтамасыз ете алады. Әдетте, өнім стратегиялары мыналарды қамтиды: инновация, вариация, өнімді немесе қызметті жою.

Тәуелсіз бөлшек сауда фирмасы орыс. *независимая розничная фирма* (ағылш. *independent retailer*) – бір немесе бірнеше көпбейінді бөлшек сауда кәсіпорындарының иесі.

ТВ жарнамасы орыс. *телевизионная реклама* – ең танымал және жарнаманың ең тиімді түрі болып саналады, бірақ сонымен бірге жарнама беруші үшін ең қымбат. Сонымен қатар, теледидарлық жарнама сол өнімнің жарнамасының басқа түрлерінің тиімділігін арттыратыны анықталды, яғни, мысалы, жарнаманы көргеннен кейін, баспасөзде көрген сол визуалды бейнелер үлкен әсер қалдырады.

Тегін жарнама орыс. *бесплатная реклама* – тегін жарнама.

Тегін үлгілер орыс. *бесплатные образцы* – тегін үлгілер.

Тейблдут орыс. *тейблдут* – пансионаттардағы, ірі асханалар мен мейрамханалардағы жалпы асхана. Көбінесе өнімді жарнамалау үшін қолданылады.

Телевизиялық жарнама орыс. *телевизионная реклама* – теледидардағы жарнама. Бұл жарнаманың ең массивті және тиімді түрі, бірақ сонымен бірге жарнама беруші үшін ең қымбат болып саналады.

Теледидардың экран сақтағышы орыс. *телезаставка* – жарнамалық кескіндер, фотосуреттер, теледидарлардағы музыкалық сүйемелдеуімен немесе өте қысқа дикторлық түсіндірмелермен бейнеленген.

Телемаркетинг орыс. *телемаркетинг* – маркетингтік сауалнамалар жүргізу сияқты маркетингтік функциялар үшін деректер базасын басқару жүйелерімен бірлесіп телефон мен телекоммуникациялық технологияларды кәсіби пайдалану; қажетті ақпаратты жинау және өңдеу, телефон қызмет көрсету орталықтарын ұйымдастыру, тауарлар мен қызметтерді сату.

Телемаркетинг орыс. *телемаркетинг* (ағылш. *telemarketing*) – маркетингтік мақсаттар үшін телефон, телекоммуникациялық технологиялар және дерекқорды басқару жүйелері арқылы аудиториямен байланыс менеджменті. Ол делдалсыз тікелей маркетингтің бір түрі, аудиториямен қарым-қатынасты жеңілдету, сатуды оңтайландыру және ақпаратты тез арада алу мүмкіндігі.

Тендер орыс. *тендер* – 1. сауда-саттықты ұйымдастырушы әлеуетті қатысушыларға жіберетін белгілі бір талаптарды, қызметтерді ұсынатын бланк. 2. ең тиімді сату мақсатында ұйымдастырылған сауда-саттық. 3. ашық конкурс, коммерциялық ұсыныстары бар алдын ала берілген өтінімдер бойынша аукцион. 4. мерзімді келісімшарт бойынша қандай да бір тауарды жеткізу ниеті туралы жазбаша ұсыныс, өтінім.

Теократия орыс. *теократия* (грек. *theos* «құдай», *kratos* «билік») – бұл термин елдегі саяси және діни билік діни қызметкерлердің қолында шоғырланған басқару формасын білдіреді.

Тепе-теңдік әдісі орыс. *балансовый метод* – қазіргі жағдай туралы түсінік алу үшін өзара байланысты кейбір көрсеткіштерді салыстыруды білдіреді.

Теріс кілт сөздер орыс. *минус слова* – кілт сөздермен бірге Yandex.Direct, Google AdWords және Begun жүйелеріндегі контекстік жарнама науқанының параметрлерінде көрсетілген сөздер жиынтығы. Теріс кілт сөздер осы сұраныстарға арналған контекстік жарнамаларды көрсетпеу үшін көрсетілген.

Тест орыс. *тест* (ағылш. *test* «сынау, тексеру») – жүйені әртүрлі жағдайларға орналастыру арқылы жүйе қызметінің терең процестерін зерделеу және ондағы бақылаудағы өзгерістерді қадағалау тәсілі.

Тестемониум орыс. *тестемониум* – танымал тұлғаның беделін пайдаланатын жарнама нысаны.

Технология орыс. *технология* – өндірістің белгілі бір саласындағы өндірістік әдістер мен процестердің жиынтығы. Сондай-ақ өндіріс әдістерінің ғылыми сипаттамасы.

Тизер жарнамалық науқан орыс. *тизерная рекламная кампания* – жарнама қағидатына негізделген маркетингтік қарым-қатынас әдісі, ол кезде ықтимал тұтынушының назарын аудару үшін «сюжет» қолданылады. Қызықты фраза немесе сурет, ол «ашылуы» мүмкін немесе жарнамалық компания ішінде болмауы мүмкін.

Тизер орыс *тизер* (ағылш. *tease* «ызаландыру, мазақтау») – тұтынушының көзін қызықтырып, өзіне тарту үшін қолданылатын әлеуметтік жарнама.

Тиімділіктің негізгі көрсеткіштері орыс. *ключевые показатели эффективности* (ағыл. Key Performance Indicators, KPI) – мақсатқа жету дәрежесін немесе процестің оңтайлылығын өлшеуге көмектесетін сандық көрсеткіштер. Жұмысты, адамдарды, топтарды, бөлімшелерді және компанияларды бақылауға және бағалауға мүмкіндік беретін, сондай-ақ стратегияны іске асыруды бағалауға көмектесетін құрал.

Тиісті өкілеттілік орыс. *репрезентативность* – іріктеме сипаттамаларының популяцияның немесе жалпы халықтың сипаттамаларына сәйкестігі. Репрезентативтілік зерттеу нәтижелерін белгілі бір іріктемені қолданып, оны жиналған бүкіл халыққа жалпылаудың қаншалықты мүмкін екендігін анықтайды.

Тиісті іріктеме орыс. *адекватная выборка* (лат. *adaequatus* «тең») – объектілердің немесе тұлғалардың санын жарнамалық зерттеу үшін таңдау, олардың көбеюі үлгіні зерттеу нәтижесінде алынған мәліметтерді растауға әкеледі.

Токтатқыш орыс. *стоппер* (ағылш. *stopper* «тұр, тоқта») – тұтынушылардың назарын өнім санаттары мен өнім топтарына аудару үшін қолданылатын POS материалы. Басқаша айтқанда, стоппер – сатып алушының назарын аударатын тұзақ.

Топтық анықтама орыс. *группа референтная* (лат. *refero* «қатынасы, байланыстыруы, салыстыруы») – анықтамалық топ, жеке адамның санасында ұсынылған адамдар тобы, оның нормалары мен құндылықтары ол үшін стандарт болып табылады.

Топтық поляризация орыс. *групповая поляризация* (лат. *polarisatio* «шетіне қарай жылжу, полюске қарай ығысу») – топтық талқылау нәтижесінде пайда болатын әлеуметтік-психологиялық құбылыс, оның барысында қатысушылардың гетерогенді пікірлері мен позициялары.

Топшілік көмек (грек. *favor* «қайырымдылық») орыс. *внутри групповой фаворитизм* – басқа топ мүшелеріне қарағанда өз тобының мүшелеріне қандай да бір түрде көмектесу үрдісінде көрінетін әлеуметтік-психологиялық құбылыс.

Төзімді жақтаушы орыс. *терпимый приверженец* – белгілі бір брендтерге, тауар маркаларына адал, бірақ тауарлар мен қызметтердің брендтік фанаты емес, маркетингтегі соңғы сатып алушы туралы түсінік.

Төлем орыс. *оплата* – 1. бұл қандай да бір міндеттеме бойынша ақша беру; 2 міндеттемені орындау үшін борышкерден кепілге қойылған мүлікті кредиторға алып беру; 3. сатып алынған тауар немесе алынған қызмет үшін ақшамен есеп айырысу.

Төлем орыс. *платеж* – тауарға тиісті ақша санын айырбастау арқылы сатып алынған тауар немесе алынған қызмет үшін есеп айырысу.

Төлсипаттылық орыс. *атрибуция* (латын. *attributio* «қосып жазу, тіркеу») – 1. конверсия жасалған трафик көзін анықтау; 2. Заттың немесе ұсынылатын тауардың, қызметтің елеулі белгілерін, ажырамайтын қасиетін көрсету.

Төмен баға орыс. *демпинг* (ағылш. *dumping* «қалпына келтіру») – жасанды түрде төмен бағамен тауарлар мен қызметтерді сату.

Төмен жиілікті сұраныс орыс. *низкочастотный запрос* – іздеу жүйесіндегі кез келген сұраныс, оның жиілігі айына 1000 немесе одан аз көрінеді. Төмен жиілікті кілт сөздің тар бағыты бар. Ол бірнеше сөздерден, сөз тіркестерінен тұрады, тауарлардың белгілі бір маркаларының атауын, қызметтердің атауын қамтуы мүмкін.

Транзиттік жарнама орыс. *транзитная реклама* – кез келген форматта (мәтіндік, графикалық, визуалды немесе басқа) ұсынылуы мүмкін, көлік құралдарының сыртқы бөлігінде де, ішкі бөлігінде де, мысалы, көлік жүйесіне қатысты құрылымдарда да ақпарат беретін жарнаманың бір түрі, қоғамдық көлік аялдамасы.

Трафик көзі орыс. *источник трафика* – жарнамалық кескіндер, фотосуреттер, теледидарлардағы музыкалық сүйемелдеуімен немесе өте қысқа дикторлық түсіндірмелермен бейнеленген.

Трафик орыс. *трафик* (ағылш. *traffic* «қозғалыс, көлік, сауда») – белгілі бір уақыт ішінде сайтқа кірген пайдаланушылар саны.

Триггер орыс. *триггер* (ағылш. *trigger* «қозғалысқа келтіретін тетік») – тұтынушыны сатып алу, жазылу, поштаны немесе телефон нөмірін қалдыру сияқты мақсатты әрекетке ынталандыратын психологиялық әдіс.

Триггерлік хат орыс. *триггерные письма* – пайдаланушының сайттағы әрекетіне немесе қандай да бір оқиғаға жауап ретінде автоматты түрде кететін электрондық пошталар. Триггерлік хаттарға сәлемдесу, реактивация, құттықтау хаттары, тасталған себеттер туралы хабарламалар жатады.

Трипвайр орыс. *трипваер* (ағылш. *tripwire* «кермелі, созылмалы») – әлеуетті тұтынушыны сатып алу туралы тез шешім қабылдауға итермелейтін бағасы төмен өнім, арзан ұсыныс.

Тробер орыс. *троббер* (ағылш. *throbber* «лүпілдеу, соғу») – асинхронды орындау индикаторы, ол кейде спиннер деп те аталады. Бұл компьютерлік бағдарламаның графикалық пайдаланушылық интерфейсіндегі графикалық кескін, ол қолданушыға бағдарламаның қандай да бір әрекетті орындайтынын көрсету үшін анимацияланады.

Тролин орыс. *тролинг* (ағылш. *trolling* «балық аулау») – пайдаланушылар арасында өзара жанжалды ұйымдастыру мақсатында әртүрлі интернет-ресурстарда арандатушылық мақалалар немесе хабарламалар орналастыру.

Троллар орыс. *троллы* – троллейбустарды, трамвайларды электрмен жабдықтау желілерінің кергісіне, қалалық қозғалыс көлігіне көлденеңінен ілінетін жарнама қалқаны.

Тұжырымдама орыс. *концепция* (лат. *conceptio* «түсіну, бірыңғай ой, тұтас ой») – кез келген құбылысты түсінудің, түсіндірудің белгілі бір тәсілі.

Тұлға қызметі орыс. *активность личности* – өзінің негізгі сипаттамаларының күшеюімен сипатталатын (мақсаттылық, ынталандыру, хабардарлық, іс-әрекет тәсілдері мен әдістерін меңгеру, эмоционалдылық) қызметтің немесе арнайы қызметтің ерекше түрі.

Тұтынуға тарту орыс. *вовлечение в потребление* – Р.Ривстің жарнама тиімділігін тексеру әдісінің көрсеткіші. Бөлшекте олар жарнаманы есте сақтаған (алымында) және жарнаманы есте сақтамаған адамдардың санын жазады (бөлгіште). Бөлшек сандарының қатынасы «енгізу» деп аталады. Содан кейін жарнаманы есте сақтаған және есінде сақтамағандар арасында осы қатысу екі топтағы өнімді сатып алушылардың саны анықталады. Егер тұтынуға теріс белгімен қабылданса, яғни жарнаманы көрмейтіндер өнімді көбірек сатып алса, бұл жарнама емес, антижарнамаға жүргізілгенін білдіреді.

Тұтынушы орыс. *потребитель* – қандай да болсын тауарларды (өнімді, бұйымды, көрсетілетін қызметті) тұтынатын (сатып алатын) тұлға немесе фирма (ұйым).

Тұтынушы профилі орыс. *профиль потребителей* – өнімнің жасына, жынысына, әлеуметтік жағдайына және басқа да сипаттамаларына қатысты типтік тұтынушының профилі.

Тұтынушы үшін бизнес орыс. *бизнес для потребителя* – ұйым (бизнес) мен жеке тұтынушы арасындағы коммерциялық қатынастарды білдіретін термин. Тұтынушы жеке қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін өнімді сатып алады. Өзара іс-қимыл объектісі тауар немесе қызмет болып табылады, ал субъектілер: бір жағынан тауарды сататын компания (қызмет көрсететін) және екінші жағынан жеке сатып алушы.

Тұтынушылар жарнамасы орыс. *потребительская реклама* (ағылш. *consumer advertising*) – тұтынушы тауарлар туралы ақпарат.

Тұтынушылар инсайты орыс. *потребительский инсайт* (ағылш. *customer insight*) – тұтынушының шынайы мотивациясы, оның пікірлері, қоршаған әлем туралы білімі мен идеялары.

Тұтынушылар кооперативі орыс. *потребительский кооператив* (ағылш. *consumer cooperative*) – тауарлар мен қызметтерге өз қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында мүшелік негізінде кіретін азаматтар мен заңды тұлғалардың бастапқы мүлкі пай жарналарынан құралатын ерікті бірлестігі.

Тұтынушылар панелі орыс. *потребительская панель* – халықтың әртүрлі топтарының отбасыларын іріктеу арқылы белгілі бір өнім нарығының әлеуетін анықтау әдісі.

Тұтынушылық орыс. *консьюмеризм* – соңғы тұтынушылардың өз құқықтарын қорғауға бағытталған қозғалысы.

Тұтынушылық панель орыс. *потребительская панель* (латын. *rappus* «кесінді, қиық») – маркетингтік зерттеу әдісі, онда зерттеу нысаны ретінде

отбасы таңдалып, олардың апта сайын тұтынған тауарлары мен қызмет түрлері туралы мәліметтер алынады.

Түзету хабарламасы орыс. *корректирующее объявление* – жарнамаланған өнімге немесе компанияға қатысты жалған ақпарат тудыратын жарнамада жіберілген қатеден кейін орналастырылған жарнама.

Түзетуші жарнама орыс. *корректирующая реклама* – жалған жарнамаларға консюмеризмнің реакциясы. Тұтынушылардың құқықтарын қорғаумен айналысатын бақылаушы органдардың атынан жарнама берушілердің материалдарындағы дәлсіздіктер мен жалған ақпарат туралы ақпараттық хабарламаларды жариялауда іске асырылады.

Түйіндеме орыс. *резюме* – маманның өзін-өзі жарнамалауы, жұмыс іздеу кезінде ұйымға беретін, ұйымның талаптарына сай келетін өзінің мықты жақтарын сипаттау (бір бет көлемінде). Түйіндеме жасау кезіндегі жұмыскердің міндеттері – ұйымның сұратуларына жауап ретінде ұйымның қызмет саласына қатысты мәліметтерді іріктей отырып және өз қызметін сипаттағанда белсенді етістіктерді пайдалданып, өзі туралы мәліметтерді қысқа, нақты, ашық түрде беру.

Түпнұсқа-макет орыс. *оригинал – макет* (лат. *originalis* «алғашқы, ең бірінші») – әр беті болашақ басылымның тиісті бетіне толық сәйкес келетін кітаптың төлнұсқасы. Теруге немесе басуға қол қойылып, тираждау үшін баспаханаға жіберіледі.

Түпнұсқа орыс. *оригинал* (лат. *originalis* «алғашқы, ең бірінші») – редакциялық өңдеуден өткен және баспа нысанын әзірлеуге дайын мәтіндік немесе графикалық шығарма.

Түрткі орыс. *мотив* (лат. *moveo* «қозғалу, жылжу») – адамды белгілі бір іс-әрекетке бастайтын ішкі субъективті себеп, оның қажеттіліктері мен мүдделерін білдіруге бағытталған саналы, мақсатқа сәйкес әрекет. Жарнамадағы түрткі көбіне тауар мен қызметтің бағасына, нақтырақ айтқанда арзандығына бағытталады.

Түсбөлінім орыс. *цветоделение* – күрделі спектрлік құрамның жарығы бірнеше монохромды жартылай тоналды компоненттерге бөлінетін түрлі-түсті кескінді көбейтудің технологиялық кезеңі, олардың әрқайсысында тек бір түс немесе түс кеңістігінің басқа параметрі туралы ақпарат болады.

Тыңдалым орыс. *аудирование* (лат. *audire* «есту») – сөйлеу әрекетінің рецептивті түрі; ауызша хабарламаны семантикалық қабылдау.

Тізімдеме орыс. *каталог* (грек. *κατάλογος* «тізім») – жалпы жағдайда, осы объектілерді белгілі бір негізде іздеуді жеңілдету үшін жасалған объектілер туралы ақпараттың белгілі бір тізімі.

Тізімді сегментациялау орыс. *сегментация списка* (лат. *segmentum* «бөлік») – әлеуетті сатып алушылардың сұраныстары, қажеттіліктері, мінез-құлқы және басқа да ерекшеліктері бойынша ұқсас жеке топтарға бөлу.

Тік маркетинг жүйесі орыс. *вертикальная маркетинговая система* – әртүрлі деңгейдегі өндірушілерді, бөлшек саудагерлерді және көтерме саудагерлерді бір жүйеге біріктіретін тарату арнасының схемасы.

Тікелей жарнама орыс. *прямая реклама* – тікелей байланыс арқылы берілетін мәтіндік, ауызша, графикалық жарнама. Бұған жеке таныстырымдар немесе қашықтықтан жасалған (пошта, телефон және т.б.) таныстырымдар жатады.

Тікелей жарнама орыс. *реклама непосредственная* коммерциялық шарттарда жүзеге асырылады және бәсекелес өнімге немесе бәсекелес компанияға қатысты жарнамалық функцияны тікелей орындайтын жарнама берушіні көрсетеді.

Тікелей маркетинг орыс. *директ-маркетинг* – өзара қарым-қатынастарды құру және пайда табу мақсатында хабарлама алушымен (тұтынушымен) немесе «Бизнеске арналған бизнес» ортасының клиентімен тікелей жеке қарым-қатынасқа негізделген маркетингтік коммуникация түрі.

Тікелей пошта жарнамасы орыс. *прямая почтовая реклама* – аудиторияның ең жоғары әлеуметтік-экономикалық және аумақтық таңдауын қамтамасыз ететін жарнама нысандарының бірі.

Тікелей пошта орыс. *директ-мейл* – тауарларды делдалдарсыз сату бойынша маркетинг, электрондық поштаны, тауарлар мен қызметтерді тікелей пошта арқылы жарнамалау әдісі, жарнамалық материалдарды потенциал арқылы белгілі бір әлеуетті сатып алушыларға, тапсырыс берушілерге жіберу.

Тікелей эфир орыс. *прямая трансляция* – блогер немесе бренд өкілі жазылушылармен қарым-қатынас жасайтын, семинарлар өткізетін, жаңа өнімдер ұсынатын немесе сұрақтарға жауап беретін нақты уақыттағы storis эфирі.

Тілдесім орыс. *общение* – 1. адамдар арасындағы өзара әрекеттесуді және адамның негізгі қажеттілігін сипаттайтын ұғым; 2. әртүрлі әлеуметтік-мәдени жүйелер арасындағы өзара әрекеттесу.

Тіркелмеген сауда белгілері орыс. *незарегистрированные торговые марки* – заңды артықшылықтары жоқ тауарлар. Басқаша айтқанда олар тауар белгілері туралы заңға сәйкес белгілі бір бизнеске немесе фирмаға қатысты қолданылатын атаулар, белгілер немесе логотиптер ретінде тіркелмеген.

Уәж орыс. *мотив* – қандай да бір әрекетке, қимылға уәждемелік себеп, негіз.

Уәждеме орыс. *мотивация* (ағылш. *motivation* «қозғалу») – қолданылу ыңғайына қарай қазақша «ниет», «түрткі», «кірісу», «жігерлену», «ынталану» сөздерінің мағынасына жақын келетін, қазіргі заман мәдениеті мен гуманитарлық ғылымдарында кең қолданылатын ұғым. Жарнамадағы уәждеме – тауардың сатылу белсенділігін арттыруға бағытталған тәсілдердің бірі.

Уәждемелі зерттеу орыс. *мотивационные исследования* – мотивациялық зерттеу – сатып алу мотивтерін анықтауға, тұтынушылардың мінез-құлқы мен ойлау қабілетін зерттеуге көмектесетін маркетингтегі арнайы зерттеулер.

Ұжымгерлікке қайшы орыс. *антиколлективность* (көне грек. *ἀντί* «қарсы», лат. *collectivus* «жинау, ұйымдастыру») – қоғамдағы адамдардың қарым-қатынасының негізгі моральдық принциптеріне, ұжымдық жауапкершілікке, өзара көмекке қайшы келетін қағидаларды насихаттайтын жарнаманың мазмұны.

Ұйым (ұйымдастыру) орыс. *организация* (лат. *organizo* «ұйымдастыру») – ортақ мақсаттарға жету үшін саналы түрде үйлестірілген адамдар тобы.

Ұйымдық белгі орыс. *корпоративный знак* – ірі ұйымға тиесілі екенін білдіретін символ.

Ұйымдық мәдениет орыс. *корпоративная культура* – ұйымның барлық мүшелері дәлелсіз қабылдайтын, ұжымның көп бөлігі қабылдаған қарым-қатынастың жалпы шеңберін белгілейтін мінез-құлық нормаларының, философиясының, идеологиясының және құндылық бағдарларының жиынтығы.

Ұйымдық миссия орыс. *корпоративная миссия* – ұйымның мақсаты, компанияның уақыттан тыс мақсатын, оған қол жеткізудің негізгі құралдары мен компанияның құндылықтарын сипаттауды қамтуы мүмкін оның болмысының мәні туралы мәлімдеме; осы әлемде белгілі бір компанияның болуын негіздейтін әлеуметтік маңызды себеп.

Ұйымдық рух орыс. *корпоративный дух* – компанияның белсенді ұйымдастырушылық өмірін бір тұтасқа біріктіретін «рухани цемент» түрі. Корпоративтік рух – бұл ұйымның жаны мен сенімі, бұл оның діні мен идеологиясы.

Ұйымның әкімшілігі орыс. *администрация организации* – заңға немесе осы ұйымның құрылтай құжаттарына сәйкес оларға тәуелді адамдарға қатысты әкімшілік өкілеттіктер берілген ұйымның лауазымды адамдары.

Ұйымның персоналын басқару орыс. *управление персоналом организации* өзіне жүктелген еңбек функцияларын орындай алатын, ұйымды сапалы персоналмен қамтамасыз етуге және оны оңтайлы пайдалануға бағытталған білім мен практикалық қызмет саласы.

Ұйымның сыртқы ортасы орыс. *внешняя среда организации* – кәсіпорынның (ұйымның) қызметіне және оның нәтижелеріне әсер ететін күштер мен факторлардың жиынтығы.

Ұйымның ішкі ортасы орыс. *внутренняя среда организации* – ұйым ішіндегі басқару шешімдері әсер ететін жағдайлық факторлар.

Ұқсас аудитория орыс. *похожая аудитория* – белгілі бір тауарларды ілгері жылжыту мақсатында тұтынушының өзі орнатқан аудитория. Ол өзге тұтынушылармен Facebook парақшасындағы жазбалармен бөлісуші Facebook желісін пайдаланушылар, электрондық пошта тізіміндегі пайдаланушылар, веб-сайтқа кірушілер болуы мүмкін.

Ұлықтау орыс. *инаугурация* – мемлекет басшысын ұлықтау рәсімінің салтанаты.

Ұран орыс. *девиз* (фр. *Devise* «ұран») – жарнамалық хабарламаның мәнін білдіретін қысқа, есте сақтау оңай сөйлем.

Ұран орыс. *лозунг* (нем. *Losung* «жіберу») – жетекші идеяны, талапты білдіретін қысқа түрдегі үндеу немесе шағым. Ұрандар саяси, діни және басқа салаларда қолданылады. Ұрандар ауызша да, жазбаша да болуы мүмкін. Жазбаша түрде ұрандар көбінесе постер түрінде шығады. Ойды жеткізудің есте қаларлық және ұмытылмас түрі бола отырып, ұрандар насихаттауда жиі қолданылады.

Ұран орыс. *слоган* – корпоративтік сәйкестендіру элементі ретінде пайдаланылатын эмоционалды зарядталған фраза түріндегі жарнамалық ұран.

Ұсыныс орыс. *оферта* – материал құрамын өзгерту немесе қолданылған техниканы, дайындау технологиясын, бұйым конструкциясын өзгертуді қарастыратын және ол ұсынылған кәсіпорын үшін жаңа және пайдалы болып табылатын техникалық шешім.

Ұялы телефон орыс *моби́ла* (лат. *mobile, moveo* «қозғаламын, жылжимын») – әдетте дисплей мен миниатюралық пернетақтаны қамтитын қарым-қатынасты орнату мақсатында қолданылатын көлемі шағын мобильді құрылғы.

Үгіт орыс. *агитация* (лат. *agitatio* «қозғалысқа келтіру») – адамдардың санасы мен көңіл-күйіне әсер ететін, оларды саяси немесе басқа да әрекеттерге итермелейтін ауызша, баспа және көрнекі саяси қызмет.

Үздіксіз арналылық орыс. *омниканальность* (ағылш. *omni* «барлық, бәрі», *channel* «арна») – клиентпен үздіксіз байланысты қамтамасыз ету үшін әр түрлі байланыс арналарын бір жүйеге өзара интеграциялауды білдіретін маркетингтік термин.

Үзінді орыс. *snippet* (ағылш. *snippet* «үзінді, қалдық») – SERP сілтемесінің жанында көрсетілетін ақпараттық блок. Snippet беттің тақырыбы мен сипаттамасынан тұрады, сонымен қатар қосымша ақпаратты қамтуы мүмкін.

Үлгі орыс. *выборка* – іріктеу немесе іріктеу жиынтығы, экспериментте қамтылған элементтердің жалпы жиынтығының бөлігі.

Үлгі орыс. *паттерн* – қайталанатын үлгіні білдіретін термин, оны үлгі, модель, схема немесе сурет деп те атауға болады.

Үлкен форматты басып шығару немесе кең форматты басып шығару орыс. *широкоформатная печать* – үлкен форматтағы суреттерді парақ және орам материалдарына басып шығару. Негізінен сыртқы жарнамада қолданылады.

Үндеулік жарнама орыс. *рекламное обращение* – жарнама беруші өз клиенттеріне, сатып алушыларына жүгінетін дайын жарнамалық өнім, оның көмегімен оларды сатып алуға, қызметтерді пайдалануға, іскерлік қатынастарға түсуге сендіреді.

Факап орыс. *факап* (ағылш. *fuck up* «күлау, сәтсіздік») – тауардың сатылымына жарнамадан ешбір пайда болмағандығын немесе жарнаманың

үлкен сәтсіздікке, құлдырауға немесе кірісті жоғалтуға соқтырғанын байқатады.

Фандрайзинг орыс. *фандрайзинг* – демеушілік тәжірибесінде қаржы құралдарын іздеуді білдіреді.

Фид орыс. *фид* (ағылш. *feed* «тамақтандыру, қамтамасыз ету») – жиі жаңартылатын мазмұнның (мақалалар немесе жаңалықтар тізімі) жеке блоктарын автоматты түрде орналастыруға арналған сайттағы таспа.

Филантропия орыс. *филантропия* – бүкіл адамзаттың тағдырын жақсарту туралы қамқорлық.

Фирмалық атау орыс. *фирменное наименование* – өнімнің, жұмыстың, қызметтің, мекеменің, ұйымның немесе кәсіпорынның бірегей (әдетте ауызша) белгіленуі.

Фирмалық беттеу орыс. *фирменная верстка* – белгілі бір компанияны жарнамалауға тән баспа өнімдеріндегі графикалық және басқа символдарды арнайы таңдау және орналастыру.

Фирмалық блок орыс. *фирменный блок* – сауда маркасын, фирманың атауын, поштаның, банктің деректемелерін, тауарлар мен қызметтердің тізімін, компанияның жарнамалық нышанын, ұранды қамтуы мүмкін. Брендтік блок тізімге енгізілген элементтердің барлығын немесе олардың кейбіреулерін ғана қамтуы мүмкін. Фирма блогы көптеген жағдайларда қолдануға ыңғайлы: фирмалық бланкті жасаудан бастап өнім орамының дизайнына дейін.

Фирмалық қаріп орыс. *фирменный шрифт* – фирмалық стильдің маңызды бөлігі мәтіндік материалдарды безендіруде үнемі қолданылатын қаріптер болып табылады. Корпоративті сәйкестендірудің басқа элементтері сияқты, оның негізгі идеясына сәйкес келуі керек, бренд имиджінің ерекшеліктерін атап, компанияның ерекшелігіне сәйкес келуі керек.

Фирмалық нышан орыс. *фирменная символика* – белгілі бір компанияның қызметін белгілейтін таңбалар, оны басқалардан ерекшелеу; көрнекі сауда белгілері.

Фирмалық стиль орыс. *фирменный стиль* – осы элементтер орналастырылған барлық заттардың (тауарлар, байланыс құралдары, байланыс хабарламалары) белгілі бір компанияға тиесілігін анықтайтын және оны бәсекелестерден ажырататын стиль элементтерінің бірлігі.

Фирмалық стиль орыс. *фирменный стиль* – сәйкестендіру, белгілі бір басқарылатын имиджді, корпоративтік мәдениет жүйесін құру үшін қызмет ететін біріктірілген элементтер кешені. Ұйымды анықтауға және басқалардан ажыратуға болатын әдіс; арнайы дизайн арқылы қол жеткізіледі және физикалық біртектілікті тудыратын барлық нәрсені қамтиды: компанияның түсі, логотипі, формасы мен киімі, кеңсенің сыртқы түрін, баспа өнімдерін, ыдыс-аяқ, қызметкерлердің белгішелері, корпоративті кәдесыйлар және т. б.

Фирмалық таңбалау орыс. *фирменная маркировка* – сауда атауы; фирма бұйымдарындағы тауар таңбасының белгілері.

Фирмалық түс орыс. *фирменный цвет* – мақсатты аудиториямен визуалды-психологиялық өзара әрекеттесудің қуатты құралы. Фирмалық түстер логотиптен, кеңсе кәдесыйларынан бастап, корпоративті киім дизайны мен кеңсе дизайнына дейін компания, бренд туралы барлық нәрселерде қолданылады.

Фирманың маркетингтік ортасы орыс. *маркетинговая среда фирмы* (лат. *mercātus* «сату», итальян. *firma* «қолтаңба») – фирманың шегінен тыс әрекет ететін және маркетинг қызметі басшылығының мақсаттық клиенттермен ынтымақтастық қатынастарын белгілеу және қолдау мүмкіндігіне әсер ететін, активті субъектілер мен күштердің жиынтығы. Маркетингтік орта микро және макро ортадан құралады.

Фирманың өміршеңдік циклі орыс. *жизненный цикл фирмы* – компания өмір сүру кезеңінде өтетін даму сатыларының жиынтығы.

Флайер орыс. *флайер* – бұл көбінесе жарқын, шырынды түстермен жасалынған шағын ақпараттық парақ. Флаерлер негізінен әртүрлі жарнамалық және жарнамалық акцияларда үлестірме ретінде қолданылады. Жиі флаер қандай да бір іс-шараға тегін рұқсаттама, шақыру немесе тіпті кіру билетінің бір түрі болып табылады. Әдетте жекелендірілген шақырулардан айырмашылығы, кез келген адам парақшаны қолдана алады.

Флуд орыс. *флуд* (ағыл. *flood* «су тасқыны») – қажетсіз ақпаратты бірнеше рет қайталау, бір типті ақпаратты, бір қайталанатын фразаны, символдарды, әріптерді, бірдей графикалық файлдарды немесе веб-форумдарда, чаттарда, блогтарда қысқа мағынасыз хабарламаларды орналастыру.

Фокус-топ орыс. *фокус-группа* – маркетингтік және жарнамалық процедураларда қолданылатын әлеуметтік-психологиялық зерттеулердің сапалы әдісі.

Фонит (дыбыс жазу) орыс. *фонит (звукозапись)* – радиодағы жарнама.

Фосстис орыс. *фосстис* – сатып алушыларға, агенттерге және сатушыларға бағытталған сұранысты қалыптастыру және сатуды ынталандыру қызметі.

Франчайзинг орыс. *франчайзинг* – бір тарап (франчайзер) екінші тарапқа (франчайзиге) ақы төлеп, дамыған бизнесті қолдана отырып, белгілі бір кәсіпкерлік қызмет түріне құқықтарды беретін нарық субъектілері арасындағы қатынастардың түрі, оны жүргізу моделі.

Фронтенд орыс. *фронтенд* (ағыл. *front end* «алдыңғы жағы») – сервистің бағдарламалық-аппараттық бөлігіне пайдаланушы интерфейсінің клиенттік жағы.

Фрустрация орыс. *фрустрация* – психологиялық жағдай, көңілсіздік жағдайында, адам үшін маңызды мақсат, қажеттілік орындалмаған жағдайда туындайды.

Фулфилмент орыс. *фулфилмент* – тапсырысты ресімдеген сәттен бастап және оны клиенттің қолына бергенге дейін жүктерді, тауарларды,

сәлемдемелерді алып жүру және жеткізу бойынша операциялар мен процестердің тұтас кешені.

Хабарлама орыс. *коммунике* (фр. *communiqué* «хабарлама») – белгілі бір саясат мәселесі бойынша үкімет жариялаған хабарлама, мәлімдеме.

Хабаршы (баспасөз бюллетені) орыс. *бюллетень (пресс – бюллетень)* – конвенцияға, спорттық шараларға қызмет көрсететін арнайы ақпараттық қызметтердің бюллетені, әр түрлі пресс-релиздер.

Хард постер орыс. *хард постер* – тауарларды жарнамалауға арналған POS материалдарының ең тиімді және кең қолданылатын түрлерінің бірі.

Харизма орыс. *харизма* (грек. *Χάρισμα*, «мейірімділік», «құдайдың сыйы») – тұлғаның оның алдында бас июуге және оның мүмкіндіктеріне сөзсіз сенуге шақыратын қасиеттерінің болуы.

Хат алмасу орыс. *корреспонденция* – өзара хат алмасу.

Хейтер орыс. *хейтер* (ағылш. *hate* «жек көру») – белгілі бір адам туралы қорлау сипатындағы пікірлер мен хабарламалар жазып, басқа қолданушылар тарапынан қызу талқылау тудырушы интернет кеңістікті пайдаланушылар.

Хит орыс. *хит* (ағылш. *hit* «сәттілік, жетістік») – бірегей көрсетілім-жарнама немесе сайт парақшасы көрсетілген бірегей келушілердің саны.

Хост орыс. *хост* (ағылш. *Host* «үй иесі, қонақ қабылдаушы») – қандай да бір интерфейс бойынша сервер режимінде «клиент-сервер» форматындағы сервистерді ұсынатын және осы интерфейсінде ерекше айқындалған кез келген құрылғы.

Хостинг орыс. *хостинг* (ағылш. *Host* «үй иесі, қонақ қабылдаушы») – бұл веб-сайттарды орналастыру үшін ресурстарды ұсыну қызметі.

Хэштег орыс. *хештег* (ағылш. *hashtag, hash* «тор», *tag* «орналасу») – 1. сайтта орналастырылған мақаланың кілт сөзін немесе әлеуметтік желілердегі жазбаны білдіреді; 2. микроблогтар мен әлеуметтік желілерді шарлауға арналған, таңдалған материалда не бар екенін қысқаша білдіретін белгі.

Циркуляр орыс. *циркуляр* – ведомстволық бағынысты мекемелер мен тұлғаларға директива ретінде жіберілетін өкім.

Цифрлық баспа орыс. *цифровая печать* – «цифрлық» жабдықты қолдана отырып баспа өнімдерін шығару; электронды файлдардан тікелей басып шығаратын және офсеттік технологияны емес, тікелей сия қолдану технологиясын қолданатын құрылғылар.

Чек-қорапша орыс. *чек-бокс* (ағылш. *checkbox*) – 1. жарнамалық тасушы ретінде пайдаланылған чектерге арналған қорап; 2. сыртқы беті әдетте бренд туралы жарнамалық ақпаратты, сатушылардың, өндірушінің сөйлеу маркетингтік акцияларын орналастыру үшін пайдаланылатын материал.

Шақыру орыс. *приглашение* – қандай да бір іс-шараға қатысуға, келуге жазбаша немесе ауызша шақырту жіберу.

Шатырлы бренд орыс. *зонтичный бренд* – бір уақытта бірнеше тауар топтарын немесе тауар санаттарын бір брендпен шығарудан тұратын брендті

кеңейту стратегиясының түрі, ал тауарлардың атауында өндіруші компанияның аты басым, ал оның логотипі компания өнімдерінің жарнамасында көрсетіледі.

Шеберхана немесе воркшоп орыс. *воркшоп* (ағылш. *workshop* «шеберхана») – қатысушыларға білім алуға және белгілі бір дағдыларды қалыптастыру үшін оларды дереу практикада қолдануға көмектесетін оқыту іс-шарасының форматы.

Шекті орыс. *маргинальный* маргиналды адам, маргиналды элемент (лат. *margo* «өлке») – әртүрлі әлеуметтік топтардың, жүйелердің, мәдениеттердің шекарасында орналасқан және олардың бір-біріне қайшы келетін нормаларының, құндылықтарының және т.б. әсерін сезінетін адам.

Шертімділік *кликабельность* (ағылш. *click through rate* «шақыру») – баннерге немесе жарнамаға шерту санын анықталып, пайызбен өлшенетін интернет-маркетингтегі метрика. Шетелде мәдениет мекемелері жарнаманың осы құралына көп көңіл бөледі.

Шоғырландырмалы әртараптандыру орыс. *диверсификация концентрическая* – ассортиментті техникалық немесе маркетингтік тұрғыдан компанияның қолданыстағы тауарларына ұқсас жаңа өнімдермен толықтыру.

Шолу мақала орыс. *обзорные статьи* (ағылш. *round up article* «шолу») – бірнеше (кейде өте үлкен емес) фирмалардың, бір саланың ұйымдарының тәжірибесін талдайтын, біріктіретін, сондықтан экономикалық коммуникацияның құрамдас бөлігі болып табылатын журналистік материал.

Шолу орыс. *обозрение* «*обозреть, обозревать* – деректер, оқиғалар, құбылыстар және т. б. мәселелерді қарастыратын мерзімді баспасөздегі басылым немесе аудиовизуалды бұқаралық ақпарат құралдарындағы хабар.

Шығармашыл орыс. *креативный* – шығармашыл, жаңашыл.

Шығармашылық директор орыс. *креативный директор* – креативті директор, бұл жарнама, бұқаралық ақпарат құралдары, ойын-сауық индустриясында, сонымен қатар шығармашылық аспект маңызды рөл атқаратын басқа ұйымдарда жиі кездесетін қызмет.

Шығармашылық кеңес әдісі орыс. *метод творческих совещаний* – мамандар мен басшылар тобының персоналды басқару жүйесін дамыту бағыттарын ұжымдық талқылау.

Шығармашылық орыс. *креатив* – жаңа мәдени немесе материалдық құндылықтарды құру.

Шығару орыс. *выхлоп* – жарнамалық компаниядан, инвестицияланған қаражаттан, жаңа стратегиядан күтілетін оң нәтижеден әлдеқайда жоғары пайда. Компания күткеннен де оң нәтиже алған кезде, ол жақсы шығарды деп айтылады.

Шығу беті орыс. *страница выхода* – бұл сайттың пайдаланушысы интернет-жобаны жауып, сайттан шығатын бет.

Ынталандыру орыс. *поощрение* – тұтынушылар немесе басқа субъектілер (мысалы, сауда делдалдары немесе жеке саудагерлер) тарапынан қандай да бір іс-әрекеттерді көтермелеу.

Ынталандырушы маркетинг орыс. *стимулирующий маркетинг* – ынталандырушы маркетинг, сұраныс болмаған жағдайда қолданылатын маркетинг. Ынталандырушы маркетингтің міндеті – өнімге деген немқұрайлы көзқарасын өзгерту үшін өнімге тән артықшылықтарды әлеуетті тұтынушылардың қажеттіліктері мен мүдделерімен байланыстыру тәсілдерін табу.

Ынтымақтастық орыс. *сотрудничество* – 1. жанжалдағы мінез-құлық стратегиясы және тараптардың әр тараптың қажеттіліктері мен мүдделерін ескеруге және өзара қанағаттандыратын шешім табуға деген ұмтылысымен сипатталатын проблемаларды шешу процесі; 2. бірлескен қызмет.

Ырғытпа орыс *питч* (ағылш. *Pitch* «лақтыру, ырғу, жіберіп ұру») – әлеуетті инвесторлар алдында жобаны, тауарды немесе өнімді қысқаша құрылымда таныстыру.

Іздеу жарнамасы орыс. *реклама на поиске* – бұл сіздің сұрауыңызды жүргізгенде көретін алғашқы төрт жол, содан кейін ең маңызды ақпарат, сондай-ақ осы беттің соңында бірнеше жолдар жарнамалық болып табылады.

Іздеуді қайта жоспарлау орыс. *поисковый ретаргетинг* (ағылш. *retargeting* «қайта тағайындау») – онлайн жарнама сайтпен өзара әрекеттескен пайдаланушыларға қарай бағытталатын жарнамалық механизм.

Іздеуші жүйе орыс. *поисковая система* (ағыл. *search engine*) – алгоритмдер және оларды іске асыратын компьютерлік бағдарламалар жиынтығы, бұл пайдаланушыға іздеу арқылы өзіне қажетті ақпаратқа жылдам қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Ілгерілету орыс. *промоушн* – тауарлар мен қызметтерді нарыққа ілгерілету бойынша жарнама, жарнамалық науқан, жарнамалық-насихаттау қызметі.

Іріктеу (үлгі жиынтығы) орыс. *выборка* – бүкіл бас жиынтық туралы қорытынды жасау үшін, зерттеу үшін іріктелген бас жиынтықтағы объектілердің бір бөлігі.

Іскери әңгіме орыс. *деловая беседа* – кәсіптік қатынастар орнату немесе өндірістік мәселелерді шешу мақсатында жұмысшылардың ауызша қарым-қатынасы.

Іскери әңгіме орыс. *деловая беседа* – іскери қатынастар орнату, іскерлік мәселелерді шешу немесе оларды шешуге сындарлы тәсілдер әзірлеу үшін өз ұйымдары мен фирмаларынан қажетті өкілеттіктері бар серіктестердің ауызша байланысы.

Іскерлік баспасөз орыс. *деловая пресса* – бизнестің дамуына ықпал ететін ақпараттық өрісті құру мақсатында белгілі бір материалдарды (журналистік, статистикалық, жарнамалық, ақпараттық, заңнамалық және т.б.) жариялау арқылы кәсіпкерліктің ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған баспа құралдарының бір түрі.

Іскерлік кездесу орыс. *деловые переговоры* – іскерлік қатынас формасы. Оларды өткізудің мақсаты – оған қатысатындар арасында келісімге келу.

Іскерлік мәміле орыс. *бизнес – операция* – іс-әрекеттегі бір циклге (актіге) кіретін белгілі бір әрекеттер жиынтығы.

Ішкі оңтайландыру орыс. *внутренняя оптимизация* – сайттың өзімен және оның мазмұнымен тікелей жұмыс жасау. Бұл жүзге жуық түрлі параметрлерді орнатуды білдіреді. Мысалы, әр ресурс кодты оңтайландыруды, қону парақтарын құруды, сайт құрылымын дамытуды, беттерді ішкі байланыстыруды және т.б. қажет.

Ішінара бақылау орыс. *выборочное наблюдение* – кездейсоқ түрде таңдалған зерттелетін статистикалық жиынтықтың жекелеген бірліктерінде белгілер тіркелетін, ал зерттеу барысында белгілі бір ықтималдық деңгейімен алынған нәтижелер барлық бастапқы жиынтыққа қолданылатын бақылау емес.

Экзистенциалды менеджмент орыс. *экзистенциальный менеджмент* – американдық басқару әлеуметтануындағы бағыт, формальды құрылымдар мен эмпирикалық зерттеулерден айырмашылығы, эмпирикалық тексеруге жатпайтын менеджерлердің жеке тәжірибелері мен өмірлік жағдайларының маңыздылығына назар аударады.

Экзит-полл (ағылш. *exit poll* «шығыстық сауалнама») орыс. *экзит-полл* – кім үшін дауыс бергенін анықтау үшін сайлау учаскелерінен шыққан азаматтардың сауалнамасы.

Экологиялық жарнама орыс. *экологическая реклама* – қоршаған ортаны, табиғатты, жануарлар мен өсімдіктерді қорғау идеялары мен жобаларын насихаттайтын әлеуметтік жарнаманың арнайы бағыты.

Экономикалық консалтинг орыс. *экономический консалтинг* – экономикалық кеңес клиенттерге бір қызметті емес, бірден бірнеше қызметті ұсынумен айналысады, бұл өз кезегінде бұрын ешкім пайдаланбаған мүлдем жаңа ақша салу көздерін табуға көмектеседі. Бұл компанияның жеке бизнес қызметінен алынатын пайданы ұлғайту үшін жасалады.

Экономикалық үстемдік (лат. *expansio* «тарату») орыс. *экономическая экспанция* – басқа елдерді, фирмаларды ығыстыру, нарықтарды басып алу, ресурстық көздерді сатып алу арқылы елдің, концерннің, фирманың экономикалық ықпал ету, экономикалық іс-қимыл аясын кеңейту.

Экстендер орыс. *экстендер* – фокустық ұзындығын ұлғайту үшін камера, кинокамера немесе бейнекамера корпусы мен түсірілім объективі арасында орнатылған қосымша оптикалық жүйе.

Электорат орыс. *электорат* – сайлауда дауыстарды алу мақсатында саясаткерлердің ықпалына бағытталған дауыс беру құқығы бар адамдардың жиынтығы.

Электронды кітап орыс. *электронная книга* (ағылш. *electronic book; eBook*) – электронды түрде сақталатын және экранда сандық форматта көрсетілетін кітаптың нұсқасы. Бұл ұғым сандық түрде ұсынылған жұмыстар үшін де, құрылғыларға қатысты да қолданылады.

Электрондық пошта орыс. *электронная почта* – компьютерлік желіні пайдаланушылар арасында электрондық хабарламаларды («хаттар»),

«электрондық пошта» немесе «хабарламалар» деп аталады) жіберу және қабылдау технологиясы мен қызметі.

Электрондық сауда орыс. *электронная коммерция* (ағылш. *ecommerce*) – компьютерлік желілер арқылы жүзеге асырылатын барлық қаржылық және сауда операцияларын және осындай транзакцияларды жүргізуге байланысты бизнес процестерді қамтитын экономика саласы.

Электрондық табло орыс. *электронное табло* – бетіндегі бейнесі электрондық тәсілмен қалыптасатын көрнекі ақпаратты бейнелейтін құрылғы.

Элиминация (лат. *eliminare* «шығару») – тізімнен бірдеңені шығару, жою, алып тастау, рәсімдеу, есептеу.

Этикалық нормалар орыс. *этические нормы* – ұйым өз қызметкерлерінен талап ететін ортақ құндылықтар мен этика ережелерінің жүйесі.

Этнизация орыс. *этнизация* – жеке адамның тек өзі жататын этностың ғана рухани құндылықтары мен тәжірибесін игеруі (меңгеруі).

Этникалық қақтығыс орыс. *этнический конфликт* – тұрмыстағы, дәстүрдегі, мәдениеттегі айырмашылықтар, сондай-ақ әлеуметтік теңсіздік нәтижесінде туындайтын әртүрлі ұлттардың немесе этникалық топтардың өкілдері арасындағы қақтығыс.

Этникалық маргинал орыс. *этнический маргинал* – ата-анасы әр түрлі ұлттың өкілдері болып табылатын тұлға.

Этникалық стереотип орыс. *этнический стереотип* – әдетте эмоционалды түрде боялған және жоғары тұрақтылыққа ие этникалық топтың өкілдерінің схемалық стандартталған бейнесі немесе түсінігі (мысалы., немістер – еңбекқор және ақылды, ағылшындар – катал).

Этноцентризм орыс. *этноцентризм* – адамның барлық өмірлік құбылыстарды стандарт ретінде қарастырылатын өзінің этникалық тобының құндылықтарының призмасы арқылы бағалауға бейімділігі; басқалардың өмір салтынан өзінікін артық көру.

Эфир орыс. *эфир* – оқиғалар болып жатқан уақыт режимінде көрсетілетін теледидарлық өндіріс.

Яндекс жарнама желісі орыс. *рекламная сеть яндекса* – веб-сайттарда және мобильді қосымшаларда контекстік жарнаманы орналастыру жүйесі. Ол жарнама арқылы өз сайттарын монетизациялағысы келетін сайт немесе мобильді қосымшалар иелеріне арналған.

Яндекс жарнама желісі орыс. *рекламная сеть яндекса* – контекстік жарнаманы орналастыру жүйесі, сонымен қатар пайдаланушылардың мінез – құлқына негізделген жарнама. Ол веб-жобаларға жарнамалық материалдарды орналастырғысы келетін веб-шеберлер мен сайт иелеріне арналған.

Яндекс переводчик – мәтіннің немесе веб-парақтың бір бөлігін басқа тілге аударуға арналған Yandex веб-қызметі.

Яндекс такси – такси агрегаторы мен азық-түлік және азық-түлік өнімдерін жеткізу қызметтерін, сондай-ақ оларға арналған мобильді қосымшаларды ұсынатын Yandex-тің тәуелсіз бөлімшелерінің бірі.

A/B тестілеу немесе сплит-тестілеу орыс. *A/B – тестирование немесе сплит – тестирование* (ағылш. *split testing* «бөлек тестілеу») – веб-беттің екі нұсқасының сандық көрсеткіштерін бағалауға, сондай-ақ оларды бір-бірімен салыстыруға мүмкіндік беретін маркетингтік әдіс.

Google Ads редакторы орыс. *редактор Google Ads* (ағылш. *Google Ads Editor*) – жарнамалық науқандарды басқаруға арналған тегін бағдарлама. Бағдарламалық жасақтаманың міндеті – қолданушыға веб-интерфейсті енгізбестен Ads арқылы өтетін жарнамалық компаниялармен барлық байланыстарды орындауды қамтамасыз ету.

Google контекстік медиа желісі (қысқаша CMS) орыс. *контекстно – медийная сеть google* – AdWords деп аталатын іздеу жүйесінің контекстік және медиа жарнама жүйесі. Жарнама берушілердің жарнамалары серіктес сайттарда, сондай-ақ Google (YouTube, Gmail және т.б.) қызметтерінде көрсетіледі.

Google кілт сөзін жоспарлаушы орыс. *планировщик ключевых слов Google* (ағыл. *Google keyword planner*) – веб-сайттарда немесе қосымшаларда үшінші тарап қызметтерінің кодын қолдануды жеңілдететін арнайы қызмет түрі, веб-сайтты, YouTube-тегі арнаны жылжыту, контекстік жарнаманы орналастыру үшін кәсіби кілт сөздерді таңдау құралы. Ол Yandex Wordstat (Яндекс Wordstat) бағдарламасына балама бола алады. Ағымдағы жарнамалық науқан үшін кілт сөздер мен сөз тіркестерін таңдау мүмкіндігі бар.

Google тег менеджері орыс. *менеджер Google тег* (ағыл. *Google Tag Manager*) – веб-сайттарда немесе қосымшаларда үшінші тарап қызметтерінің кодын қолдануды жеңілдететін арнайы қызмет түрі.

HoReCa тауарлары орыс. *товары horeca* – қонақжайлылық саласында қызмет көрсететін көптеген компаниялардың тауарларына арналған аббревиатурадан тұратын термин. Ондағы: Ho — Hotel; Re — Restaurant; Ca — Catering/Cafe дегенді білдіреді.

Nofollow сілтемелері орыс. *ссылка no – follow* – "nofollow" мәні бар rel атрибуты бар гиперсілтемелер. Google бағдарламасы PageRank немесе анкорнды мәтінді олар арқылы жібермейтіндіктен мұндай сілтемелер жетекші беттердің рейтингісіне әсер етпейді.

POS материалдары орыс *POS материалы* (ағылш. *point – of – sale (terminal) system* «сатылым нүктесі») – BTL қызметтеріне тапсырыс беретіндер жиі пайдаланатын сату орындары деп аталатын дизайн құралдары.

PR – байланыс модельдері орыс. *модели пр – коммуникации* – PR – коммуникацияның құрылымы мен типологиясы. Маркетинг сапалы өнімді өндіруді ғана емес, сауатты баға стратегиясын және оны түпкілікті тұтынушыға жеткізуді талап етеді. Ұйымдар ақпаратты нақты және ең

бастысы әлеуетті клиенттерге хабарлауы керек. Мәселе коммуникацияға қанша қаражат жұмсау керек және қандай ақпарат беру құралдарын (Арналарды) таңдау керек.

PR – қызметтің негізгі қағидалары орыс. *базисные принципы PR деятельности* – мақсатты аудиториялар, мақсатты топтар, БАҚ, қоғам және қоғамдық пікір, белгілі бір нәтижелерге қол жеткізу үшін PR технологияларын қолдану арқылы жүзеге асырылады (имиджді қалыптастыру, сатылымды арттыру және т.б.)

PR (пиар) үндеу орыс. *PR (пиар) – обращение* (ағылш. *public relations* «қоғаммен байланыс») – 1. PR мақсатты көздейтін кез – келген хабарлама; 2. баспасөз конференциялары, презентациялар, сұхбаттар, репортаждар, пресс-релиздер, шоу – бағдарламалар, конкурстар және т.б. арнайы іс-шаралар 3. корпоративтік жарнама.

PR (пиар) хабарламасы орыс. *PR (пиар) – сообщение* (ағылш. *public relations* «қоғаммен байланыс») – өзара қарым-қатынасты, сенімді қалыптастыруға, өзара әрекеттесуді қамтамасыз етуге, іс-әрекетке итермелеуге қызмет ететін хабарлама. PR хабарламасы компанияның, ұйымның немесе жеке тұлғаның имидждік капиталын құруға және қолдауға бағытталады.

PR жүйесінің операциялық жоспары орыс. *оперативный план системы PR* (ағылш. *Public Relations* «әлеуметтік қарым-қатынас») – жағдайды талдауды, міндеттерді, оларды шешу кезеңдерін, нәтижелерді бағалауды біріктіретін жүйелік құжат.

ЖАРНАМА ТІЛІНІҢ ТЕРМИНДЕР СӨЗДІГІ

Редактор

Б.Ысқақ

Корректорлар

О.Мақсұт, А.Әлайдар