



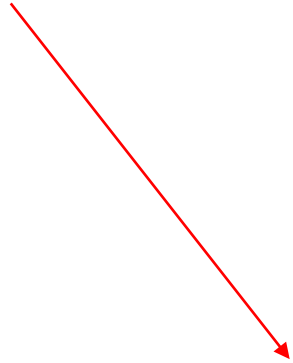
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**Бизнес және экономика жоғары мектебі
Экономика кафедрасы**

Кәсіпкерлік

Есенгелдиева Гүлмира Тоқтасыновна - аға оқытушы

Интервал 1,5 болуы керек



5 – дәріс

Кәсіпкерліктегі маркетинг мәселелері

Жоспар

1. Маркетингтік негізгі түсініктемелер.
2. Заманауи маркетинг инструменттері.
3. Цифрлық маркетинг.

Маркетингтік негізгі түсініктемелер.

В заголовках точка не ставится

Маркетинг - тауарлар мен қызметтерді құру, ұсыну және айырбастау арқылы жеке адамдардың да, қоғамдық топтардың да қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған әлеуметтік және басқару процесі.

Заманауи маркетингтің **мақсаты** - өнімді немесе қызметті кез-келген жолмен сату емес (сатып алушыны алдауды қоса), бірақ **клиенттердің қажеттіліктерін қанағаттандыру**.

«Маркетингтің басты мақсаты – өнім немесе қызмет өзін сата алатындай тұтынушыны білу».

Питер Друкер

Интервал 1,5 болуы керек

Маркетингтік қызметтің негізгі мақсаттары:



- Нарықты деталды зерттеу, тұтынушылардың қалауын терең талдау;
- Нарықта баға құру жүйесін зерттеу және мекемеде баға саясатын өңдеу;
- Бәсекелестердің қызметін талдау;
- Мекеменің тауар (қызмет) ассортиментін құру;
- Сұранысқа ие болған тауар (қызмет) шығару;
- Сервисті қызмет көрсету;
- Маркетингтік коммуникациялары.

Маркетингтің негізгі принциптері

- Нарықты зерттеу.
- Жоспарлау.
- Сегменттеу.
- Инновация.
- Өндіріс пен сатудың икемді реакциясы.

Заманауи маркетинг инструменттері

“4 P” моделі

Product (Өнім)	Не сатасың?
Price (баға)	Қай бағамен сатасың?
Place (Орын/бөлу)	Қай жерде сатасың және қалай (онлайн, оффлайн)?
Promotion (Өткізу)	Сату үшін нені қолданасың? (жарнама, PR агенттілігі және т.б.)

Заманауи маркетинг инструменттері



tadviser.com

Динамикалық жарнама



pixabay.com

3D - интерактив



pinterest.com

Сенсорлы маркетинг

Заманауи маркетинг инструменттері



kcell.kz

Жекелендіру



inbusiness.kz

Геймификация

Жарнамадағы жаңа тенденциялар

ATL – Above the line - “бағана үстінде”

ATL – жарнама таратудың негізгі құралдарын қамтитын тікелей жарнама орналастыру қызметі (теледидар, радио, баспасөз, сыртқы жарнама, көліктегі жарнама, кинотетар және интернеттегі жарнама).

BTL – Below the line – “бағана астында”

BTL – бұл тікелей жарнаманы қамтымайтын жарнамалық қызмет (жарнамалық іс-шаралар).

BTL құралдары: сатуды жылжыту.

Сатуды жылжыту – маркетинг коммуникациясының түрі, тауардың бүкіл маршруты, өндірушіден логистикалық және тауарды өткізу каналынан тұтынушыға дейінгі жолы. Оның басты мақсаты тауардың сатылуын жеделдету.

Цифрлық маркетинг

Цифрлық немесе диджитал маркетинг - бұл тұтынушыларды тарту және сақтау үшін цифрлық арналарды пайдаланатын тауарлар мен қызметтер маркетингінің жалпы термині.

Цифрлық маркетинг

- сандық теледидар және онлайн радио;
- қосымшалардағы, мессенджерлердегі, онлайн ойындардағы жарнама;
- SMS және MMS тарату;
- SEO және SEM-интернеттегі іздеу маркетингі;
- SMM әлеуметтік медиа маркетингі;
- электрондық пошта маркетингі;
- серіктестік маркетинг, онда веб-шебер әр келушіні немесе сатып алушыны тарту үшін ақы алады.

Әлеуметтік желілердегі маркетинг

Әлеуметтік медиа жарнамасы арқылы бизнесті жүргізудің артықшылықтары:

- бренд туралы хабардарлықты арттыру.
- қосымша сату арнасын алу.
- әлеуетті клиенттермен диалог құру және олардың қажеттіліктері туралы білу мүмкіндігі.
- сайтқа қосымша трафикті тарту.
- клиенттердің адалдығы мен брендке деген сенімін арттыру.

SMM (Social media marketing-әлеуметтік медиа маркетингі) - бұл әлеуметтік желілерде бизнесті ілгерілету бойынша кешенді жұмыс.

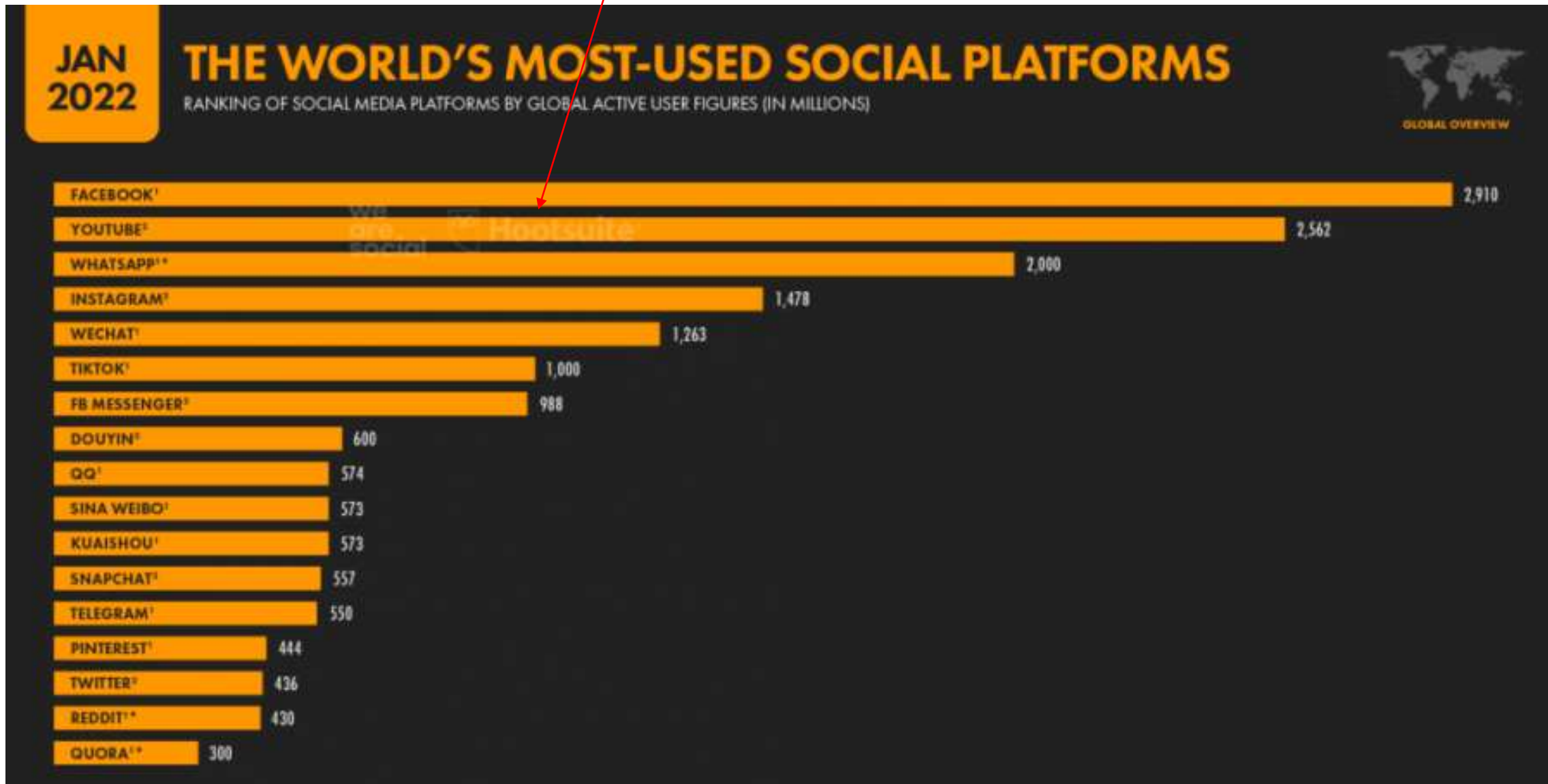
Әлеуметтік желілердегі маркетинг

SMM (Social media marketing-әлеуметтік медиа маркетингі) тиімді болу үшін:

- Сапатты стратегия;
- Сапалы контент (мазмұн);
- Тұтынушылармен диалог;
- Үнемі статистикалық анализ қажет.

Таргетинг жарнамасы - бұл жарнама беруші белгілеген шарттарды қанағаттандыратын әлеуметтік медиа пайдаланушыларына ғана көрсетілетін жарнамалар.

Бұл слайдатта тақырып жоқ. Картинка с водяными знаками. Надо заменить.



Қорытынды

1. Маркетинг – кәсіпкерліктің маңызды құрамдас бөлігі.
Сатылымдар тікелей маркетингпен байланысты.
2. Маркетингтің алуан түрлі инструменттері бар.
3. Цифрлық маркетинг – кең таралған маркетингтің түрі. Бизнесінің барлығы цифрлық сатуларға көшуде.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Куратко Д.Ф. Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика. 10-басылым. Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018 жыл – 480 бет.
2. Окландер, М.А. Каналы и инструменты цифрового маркетинга [Текст] / М.А. Окландер //Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково- практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 209 - 210.

Пайдаланылған интернет - ресурс тізімі

1. Цифровой маркетинг как ключевой элемент маркетинговых коммуникаций нового поколения.
<https://core.ac.uk/download/pdf/287384771.pdf>
2. Global Digital 2022: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite - 52472.html>