

әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті
Экономика және бизнес жоғары мектебі
«Бизнес-технологиялар» кафедрасы

ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫСТАР
ПӘН БОЙЫНША онлайн-режимде СЕМИНАР ЖҮРГІЗУ
БОЙЫНША

Маркетинг

(оқу жоспары бойынша оқу пәнінің атауы)

(оқу жоспары бойынша пән шифры)

«БВ04103 - Экономика», «БВ11301 - Логистика (салалар бойынша)», «БВ04101 - Мемлекеттік және жергілікті басқару», «БВ04105 -Есеп және аудит»» бағыты бойынша бакалавр

(пән жүргізілу шеңберінде білім бағдарламасының атауы және шифры)

Алматы 2021 Ж.

Құрастырушы:

«Бизнес-технологиялар» кафедрасының
оқытушысы Асанова А.Д.

*(Т.А.Ә., ғылыми дәрежесі, ғылыми атағы,
лауазымы)*

«Маркетинг» пәні бойынша онлайн режимде дәріс жүргізу бойынша әдістемелік ұсыныстар және бағдарламасы «Бизнес-технологиялар» кафедрасының отырысында қарастырылды және бекітілді.

Хаттама № _____ « ____ » _____ 20__ ж.

«Маркетинг» пәні бойынша семинар сабақтарының тапсырмаларын орындауға әдістемелік ұсыныстар

1. Семинар сабағы – пікірталас. Маркетингтің қағидалары, қызметтері және оның сұранысқа байланысты түрлерін сипаттау (1 апта).

Мақсаты – студенттердің маркетингтің қағидалары, қызметтері және оның сұранысқа байланысты түрлерін сипаттап, оны қолдану қабілетін қалыптастыру.

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Тапсырма – маркетингтің артықшылықтары мен кемшіліктерін талқылау.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Издательство: Вильямс, 2018. – 496с.

2. Семинар сабақ – сұрақ-жауап. Маркетингтік зерттеулер түсінігі, оны жүргізу кезеңдері мен әдістерін сипаттау (2 апта).

Мақсаты – студенттердің берілген ақпаратты меңгеріп, қосымша ақпаратты іздеу, қабылдау қабілетін қалыптастыру

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Тапсырма – «Фирманың нарықтағы бәсекелестік позициясын анықтау» тақырыбында маркетингтік зерттеу жүргізу.

Бағалау формасы: критерийлер бойынша оқытушы - (жалпы 15 балл).

3. Семинар сабақ – зерттеу. Маркетинг ортасының түрлері және олардың сипаттамаларын талдау (3 апта).

Мақсаты – студенттердің өзіндік іздену қабілетін дамыта отырып, ақпаратты талдау қабілетін қалыптастыру.

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Тапсырма – Өзіңізді аяқ киім (парфюмерия тауарлары, киім,...) өндіруші фирма басшысымын деп есептеңіз. Сыртқы орта факторларының өзгеруін ескере отырып жасайтын ұсынысыңыз – аналитикалық эссе.

Бағалау формасы: критерийлер бойынша оқытушы - (жалпы 15 балл)

Дайындалу бойынша әдебиеттер:

1. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко [и др.]; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016.

4. Семинар – топтық жұмыс. Тұтыну нарығындағы маркетингтің ерекшеліктерін талдау (4 апта).

Мақсаты – студенттердің жүйе құраушыларының рөлін анықтау және топпен жұмыс жасау қабілетін қалыптастыру.

Жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Тапсырма - алдын-ала бөлінген топ негізінде **тұтыну нарығындағы маркетингтің** алатын орны мен рөлін анықтау.

Бағалау формасы: Студенттермен өзара бағалау – жалпы 15 балл.

Дайындау үшін әдебиеттер:

1. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко [и др.]; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016.

5. Семинар – демонстрация. Тұтынушы-ұйымдар нарығының ерекшеліктері сипаттау (5 апта).

Мақсаты – студенттердің алынған мәліметтерді тәжірибе жүзінде көрсетіп, қолдана алу қабілетін қалыптастыру

Жүргізу формасы:

Zoom платформасында нәтижелерді талқылау бойынша веб-сабақ

Тапсырма – зерттеу жүргізу және нәтижелерді талқылау.

Сабаққа алдын ала дайындалған материалдар бойынша мысалға алынған парақшаны демонстрация жасай отырып көрсетіңіз.

Бағалау формасы: оқытушымен критерийлер бойынша (жалпы 15 балл).

Дайындау үшін әдебиеттер:

1. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.

6. Семинар – кейс. Нарықты сегменттеудің қағидалары, критерийлері және кезеңдерін сипаттау және талдау (6 апта).

Мақсаты – студенттердің берілген кейс негізінде жағдайды бағалап, мәселелерді шешу қабілетін қалыптастыру.

Жүргізу формасы: Zoom платформасында берілген кейсті шешіп, нәтижелерін талқылау бойынша веб-сабақ.

Тапсырма – берілген кейс негізінде жағдайды бағалап, мәселені шешу үшін өз нұсқаңызды ұсыныңыз.

Бағалау формасы: Студенттермен өзара бағалау (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

- Ахметова З.Б. Ценообразование: оқу құралы / З.Б. Ахметова. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296с

7. Семинар - жағдайлық талдау. Тауар түсінігі және тауар саясатын қарастыру (7 апта).

Мақсаты – студенттердің негізгі аналитикалық құралдарды қолдану негізінде веб-талдау әдістерін қолдану қабілеттерін қалыптастыру.

Жүргізу формасы: Zoom платформасында зерттеу нәтижелерін талқылау бойынша веб-сабақ.

Тапсырма – Тауарды сұранысқа байланысты топқа бөліңіздер: «Пушкин ертегісі» шоколады, қолшатыр, балмұздақ, энциклопедия, помидор, нан, дербес компьютерлер, сіріңке, алтын бұйымдар, түрлі бояулар, сүт, құлыптас, скрипка, тоңазытқыш, «Айша», «Индезит» кір жуғыш машиналары, «Шанель» иіс суы, «Миф» кір жуатын ұнтағы .

Бағалау формасы: оқытушымен бағалау (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

Ахметова З.Б. Ценообразование: оқу құралы / З.Б. Ахметова. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296с

8. Семинар – зерттеу. Тауар саясатын қарастыру (8 апта).

Мақсаты – студенттердің зерттеу негізінде тауар саясаты маңыздылығын білу қабілетін қалыптастыру.

Тапсырма – тауар саясатына зерттеу жүргізу және нарықтағы мақсатты аудиториясын құру.

Тапсырманы жүргізу формасы: Zoom платформасында мақсатты рынокты құру процесін талқылау вебинары.

Бағалау критерийі: критерийлер бойынша – 15 б.

Орындау үшін әдебиеттер:

1. Акулич М.В. интернет – маркетинг: бакалаврға арналған оқу құралы / М.В. Акулич – М.: Дашков и К., 2016.

9. Семинар – топтық жұмыс. Кәсіпорынның өткізу саясатының мәні (9 апта).

Мақсаты – студенттердің кәсіпорында құрылған тауар өткізу саясатын тәжірибеде қолдану қабілеттерін қалыптастыру.

Тапсырма - топтарға бөліну арқылы нақты мысал негізінде контент-жоспар ұсыну және оны өзара талқылау.

Сабақты жүргізу формасы: Zoom платформасында құрылған жоспарларды талқылау бойынша веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен (жалпы 15 балл).

Тапсырманы орындау үшін интернет-көздері:

1. <https://in-scale.ru/blog/kontent-plan-dlya-socialnyx-setej-instrukciya-primery>
2. <https://leadmachine.ru/2016/05/18/smm-content-plan/>

10. Семинар – пікірталас. Маркетингтегі жылжытудың түрлері және олардың сипаттамалары (10 апта).

Мақсаты - студенттердің маркетингтегі жылжыту түрлері және толықтырушы құралдарының ролін анықтау қабілетін қалыптастыру.

Тапсырма – зерттелген әдебиеттер негізінде студенттердің тақырыпты бір-бірімен өзара талқылау.

Сабақты жүргізу формасы: Zoom платформасында сұрақтарды талқылау бойынша веб-сабақ.

Бағалау формасы: критерийлер бойынша (жалпы 15 балл).

Тапсырманы орындау және әзірлеу үшін әдебиеттер:

Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.

11. Семинар – эссе. Маркетингтегі жылжытудың түрлері және олардың сипаттамалары (11 апта).

Мақсаты – маркетингтегі жылжытудың түрлерін меңгеру.

Тапсырма – нақты бір мысал негізінде эссе жазу, оны өзара талқылау.

Сабақты жүргізу формасы: Zoom платформасында кейсті шешуді талқылау бойынша веб-сабақ.

Бағалау формасы: студенттермен өзара бағалау (жалпы 15 балл)

Тапсырмаларды орындау үшін әдебиеттер:

1. Загребельный, Г. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас / Г. Загребельный. - М.: Альпина Паблишер, 2017.

2. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.

12. Семинар – танымдық. Маркетинг жүйесіндегі жоспарлау. Бақылау түсінігі және оның түрлерін сипаттау.

Мақсаты – студенттердің маркетинг жүйесіндегі жоспарлау және қолдана алу қабілеттерін қалыптастыру.

Тапсырма – Тоқыма фабрикасы спорттық және басқа да тоқыма бұйымдарын ұсынады. Тоқыма бұйымдары ассортиментінің жаңа бағыттарына мектеп формасы мен кәсіпорындарға арналған бірегей формалар жатады. Әрбір негізгі үлгінің үш-төрт түрі бар. Осы ассортименттік саясаттың ықтимал мақсаттарын, сегменттеу және өсу стратегиясының ерекшеліктерімен байланыстыра отырып түсіндіріңіз.

Сабақ жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.
2. <https://texterra.ru/blog/google-analytics-dlya-nachinayushchikh-samoe-polnoe-rukovodstvo-v-runete.html>
3. <https://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-yandeks-metriku-podrobnoe-rukovodstvo-dlya-nachinayushchikh.html>

13. Семинар – топтық жұмыс. Маркетинг жүйесіндегі жоспарлау. Бақылау түсінігі және оның түрлерін сипаттау (13 апта).

Мақсаты – студенттердің бақылау түсінігі және оның түрлерін түсіну қабілетін қалыптастыру.

Тапсырма – алдын-ала құрылған топ бойынша бақылау мақсатын әзірлеу және өзара талқылау.

Сабақ жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

Загребельный, Г. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас / Г. Загребельный. - М.: Альпина Паблишер, 2017.

14. Семинар – зерттеу. Халықаралық нарыққа шығудың маркетингтік стратегияларын қарастыру (14 апта).

Мақсаты – студенттердің халықаралық нарыққа шығу стратегиясын қолдану қабілетін қалыптастыру.

Тапсырма – жүргізілген зерттеуге сәйкес, зерттеу нәтижелерін талқылау.

Қазақстанда біріккен кәсіпорын құру үшін шетелдік капитал көбінде ауыр және технологиялық тауарлар өндіруге емес, тұтынушы тауарларын өндіруге және сатуға бағытталады. Неліктен?.

Сабақ жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ.

Бағалау формасы: оқытушымен (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

<https://habrahabr.ru>

https://www.w3ii.com/ru/marketing_management

15. Семинар – Жағдайлық талдау. Қызметтер және бейкоммерциялық әрекеттің маркетингі.

Мақсаты – студенттердің Email-маркетингің ерекшеліктері негізінде SWOT-талдау жасау қабілетін қалыптастыру.

Тапсырма – Мына фирмалар үшін қызмет көрсету стандартын жасаңыз:

- туристік фирма;
- аудармашыларды дайындайтын курстар;
- техникалық қызмет көрсету станциясы;
- автокөліктерді жуу.

Сабақ жүргізу формасы: Zoom платформасында веб-сабақ

Бағалау формасы: оқытушымен (жалпы 15 балл)

Дайындалу үшін әдебиеттер:

1. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко [и др.]; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 408 с.
2. Ахметова З.Б. Ценообразование: оқу құралы / З.Б. Ахметова. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296с