

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

**ӘДІСТЕМЕЛІК ҰСЫНЫСТАР**  
**ПӘН БОЙЫНША** онлайн-режимде **СЕМИНАР ЖҮРГІЗУ**  
**БОЙЫНША**

**Маркетингті басқару**

---

*(оқу жоспары бойынша оқу пәнінің атауы)*

---

*(оқу жоспары бойынша пән шифры)*

**«5B051100 – Маркетинг»** бағыты бойынша бакалавр

---

*(пән жүргізілу шеңберінде білім бағдарламасының атауы және шифры)*

Алматы 2021 Ж.

«Бизнес-технологиялар» кафедрасының  
оқытушысы Тулебаева Н.Т.

---

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

**Құрастырушы:**

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

Хаттама № \_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ ж.

## **Практикалық (семинар) сабақтарын жүргізудің әдістемесі**

### **Семинар сабағын жүргізуге арналған жалпы сипаттама**

Семинар мақсаты – теориялық білімін нығайту, тәжірибелік тапсырмаларды орындау барысында теорияларды қолдана алуы және т.б. Пәнмен танысқаннан кейін студенттің өз ойын ашық жеткізе алуы, логикалық ойлауын дамытуы, нақты әрі алғыр түрде туындаған сұрақтардың жауабын ашып бере алулары керек.

Семинар сабағы өткен тақырыптар бойынша жүргізіледі. Төменде семинар сабағын жүргізу құрылымы беріледі: негізгі сұрақтарға жауап, тапсырмаларды орындау, мәселелерді шешу, тест сұрақтарына жауап беру, нәтижелерді талқылау, қорытынды жасау.

### **Практикалық (семинар) сабақтарының мазмұны**

1 тақырып. Маркетинг нарықтық қызметті басқарудың объектісі және құралы ретінде

Негізгі сұрақтар:

1. Маркетингті басқарудың мәні
2. Маркетингті басқарудың мақсаттары мен принциптері.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер
- « Маркетингті басқару және оның маңызы» сұрағын талқылау

2 тақырып. Маркетингті жоспарлау: мақсаттары, міндеттері, принциптері

Негізгі сұрақтар:

1. Маркетингті жоспарлау: мақсаттары, міндеттері, принциптері.
2. Маркетинг бағдарламасы фирмаішілік жоспарлаудың жүйелік құжаты ретінде.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер

3 тақырып. Маркетингті басқаруды ақпараттық қамтамасыз ету

Негізгі сұрақтар:

- 1.Маркетингті басқаруды ақпараттық қамтамасыз етуді ұйымдастыру ерекшеліктері
2. Маркетинг кешенінің "4C" және "4R" модельдерін жүзеге асыру кезіндегі ақпараттық ағындардың сұлбалары.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер
- Кейс шешу

4 практикалық сабақ. Мониторинг пен бақылаудың негізгі принциптері мен элементтері

Негізгі сұрақтар:

1. Маркетингтік бақылаудың негізгі міндеттері, маркетингтік бақылаудың түрлері.
2. Мониторинг пен бақылаудың негізгі принциптері мен элементтері

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер
- Кейс шешу

5 тақырып. Кәсіпорындағы маркетингті басқарудың әдіснамалық негіздері.

Негізгі сұрақтар:

1. Фирманың қызметіндегі маркетингтік тәсіл.
2. Маркетингті басқару процесі және кәсіпорындағы маркетингтік құрылымдар

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар
- Ситуациялық мәселелер

6 тақырып. Маркетинг қызметін ұйымдастыру жүйесі. Маркетинг қызметін ұйымдастырудың негізгі принциптері

Негізгі сұрақтар:

1. Маркетингтік қызмет ұғымы.
2. Маркетинг қызметін ұйымдастыру жүйесі.
3. Маркетинг қызметін ұйымдастырудың негізгі принциптері.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер
- Кейс шешу

Тақырып 7. Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасы. Макросреда және микросреданы талдау әдістері.

Негізгі сұрақтар:

1. Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасы.
2. Макросреданы талдау әдістері. STEP / PEST-талдау, ЕТОМ-талдау.
3. Микросреданы талдау әдістері. SWOT-талдау, SNW-талдау

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар және ситуациялық мәселелер
- Нақты мысалда ұйымның сыртқы ортасына талдау жүргізу

Тақырып 8. Бәсекеге қабілеттілік және сапаны басқару: мәні, міндеттері және әдістері

Негізгі сұрақтар:

1. Бәсекелестік туралы түсініктерді әзірлеу.
  2. Бәсекеге қабілеттілік және сапаны басқару: мәні, міндеттері және әдістері
  3. Сапаны басқару бәсекеге қабілеттілікті арттырудың негізгі құралы ретінде.
- Белсенді оқыту түрі:*

- Отандық кәсіпорындар мысаланда практикалық сұрақтар

Тақырып 9. Маркетингтік шешімдер қабылдау үшін шығындар мен пайданы бөлу.

Негізгі сұрақтар:

1. Кәсіпорын қызметінің қаржылық-экономикалық және маркетингтік талдауы
2. Маркетингтік шешімдер қабылдау үшін шығындарды бөлу.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар
- ситуациялық мәселелер

Тақырып 10. Корпоративтік деңгейде маркетингті басқару тұжырымдамасы  
Негізгі сұрақтар:

1. Корпоративтік деңгейде маркетингті басқару тұжырымдамасы.
2. Фирманың нарықтағы бәсекелестік жағдайын бағалау.
3. Маркетингті басқарудың корпоративтік стратегиялары

Тақырып 11. Маркетингті функционалдық деңгейде басқару тұжырымдамасы  
Негізгі сұрақтар:

1. Маркетингті басқарудың функционалдық стратегиялары
2. Маркетингті функционалдық деңгейде басқару тұжырымдамасы
3. Сегменттеу және позициялау мәселелері мен тәсілдері
4. Кәсіпорынның мақсатты нарығындағы маркетингтік шешімдер

*Белсенді оқыту түрі:*

- Отандық кәсіпорындар мысаланда практикалық сұрақтар
- Белгілі бір тауар нарығының сегменттеу (топтар бойынша)

Тақырып 12. Тауар портфелінің тұжырымдамасы  
Негізгі сұрақтар:

1. Тауарды басқарудың негізгі ережелері
2. Тауар сызбасының ені: сандық өсу немесе жеңілдету.
3. Тауар сызықтарын басқарудың басқа аспектілері.

Тақырып 13. Баға белгілеу стратегиясын әзірлеу

Негізгі сұрақтар:

1. Баға белгілеу стратегиясын әзірлеу.

2. Баға белгілеу.

Тақырып 14. Таратудың міндеттері мен функциялары. Тарату арналары.  
Негізгі сұрақтар:

1. Үлестірудің міндеттері мен функциялары.
2. Тарату арналары.
3. Тарату арналарындағы интеграциялау.

Тақырып 15. Дистрибьюция. Тауар қозғалысы жүйесі

Негізгі сұрақтар:

1. Дистрибьюция.
2. Тауар қозғалысы жүйесі.

*Белсенді оқыту түрі:*

- Практикалық сұрақтар
- ситуациялық мәселелер