

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Экономика және бизнес жоғары мектебі

«Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша
(КР 5302) Коммуникациялық саясат пәнінен
Силлабус

2021-2022 оқу жылының көктемгі семестрі

Пәннің коды	Пәннің атауы	сағат саны				Кредит саны (ECTS)	ОМӨЖ
		МӨЖ	Лек	Тәжірибелік	Lab		
КР 5302	Коммуникациялық саясат	98	30	15	-	5	7
Академическая информация о курсе							
Оқыту түрі	Курстың типі/сипаты	Дәріс түрлері	Семинар түрлері (практикалық) оқу		МӨЖ саны	Қорытынды бақылау түрі	
онлайн	базалық/ практикалық,	Классикалық, түсіндіру, ғылыми-зерттеу, визуализация, ақпараттық	Әңгімелесу, кеңес беру, кейс, мәселені шешу, талқылау, талдау		3	дәстүрлі жазбаша онлайн/ офлайн	
Лектор	Баймуханбетова Эльмира Есенбековна, э.ғ.к. аға оқытушы				ZOOM платформасында: https://us04web.zoom.us/j/74934401854?pwd=eHZFbHlYUzQ3MlRSMlMlMIM3bG51QT09 Эпидемиологиялық жағдайға байланысты кесте бойынша офлайн жүргізілуі мүмкін		
e-mail	ela.68@mail.ru						
Телефон	жұмыс 221- 1396						
Пәннің академиялық презентациясы							
Пәннің мақсаты:	Оқытудың күтілетін нәтижелері (ОН)	Жетістік индикаторлары (ЖИ)					
Магистранттардың кәсіпорынның маркетингтік коммуникация саясатын әзірлеу және коммуникациялық стратегияларды іске асыру құралдары мен әдістерін пайдалану негізінде оның тиімділігін бағалау қабілетін қалыптастыру	<p>Пәнді оқу нәтижесінде білім алушы қабілетті болады:</p> <p>ОН1 – коммуникациялық саясаттың негізгі және синтетикалық элементтерін пайдалану сипаттамалары мен ерекшеліктеріне негізделген коммуникация теориясының әдістері мен функцияларының заңдылықтарын түсіндіру;</p> <p>ОН2 – кәсіпорынның мақсатты аудиториясын анықтау және бағалау үшін нарықты сегменттеуді талдау құралдарын пайдалану негізінде коммуникациялық саясаттың мақсатты аудиторияға әсер ету үлгілерін пайдалану;</p> <p>ОН3 - коммуникациялық саясат бағдарламаларын әзірлеу әдіснамасы және әртүрлі нарықтар үшін жарнамалық акциялар мен науқандарды ұйымдастыру</p>	<p>Пәнді оқу процесінде магистрант міндетті:</p> <p>ЖИ 1.1-Кәсіпорынның маркетингтік қызмет жүйесіндегі коммуникациялық саясаткешенінің құрамдас элементтерінің рөлі мен функцияларын негіздеу;</p> <p>ЖИ 1.2. - коммуникациялық саясат кешенінің мақсаттарын, міндеттерін, даму кезеңдерін және стратегияларын анықтау;</p> <p>ЖИ 1.3. - әртүрлі нарықтарға қатысты коммуникациялық саясаттың әртүрлі элементтерінің салыстырмалы сипаттамасын жүргізу;</p> <p>ЖИ 1.4. - маркетингтік коммуникация құралдарын және ақпаратты қабылдау процестерін қолдану ерекшеліктерін анықтау</p> <p>ЖИ 2.1-бар сатып алушыларды талдау үшін мақсатты аудиторияға коммуникациялық саясаттың әсер ету модельдерін ретке келтіру;</p> <p>ЖИ 2.2. - мақсатты аудиторияның сипаттамалары мен стереотиптерін, уәждемелерін, мінез-құлқын анықтау;</p> <p>ЖИ 2.3. - мақсатты аудиторияны анықтау тәсілдерін таңдау</p> <p>ЖИ 2.4. - мақсатты аудиторияның портретін қалыптастыру.</p> <p>ЖИ 3.1 - коммуникациялық саясат кешенінің элементтеріне қатысты сыртқы орта тарапынан ықпал ету факторларын айқындау мақсатында ағымдағы ахуалды, Маркетингтік коммуникациялардың қолданыстағы бағдарламасын талдау және</p>					

	<p>әдістемесі негізінде белгілі бір компанияны жылжыту стратегиясын және коммуникациялық саясат бағдарламасын әзірлеу</p> <p>ОН4 – маркетингтік коммуникациялар кешенін оңтайлы құру әдістемесі негізінде кәсіпорынның коммуникациялық саясатын әзірлеу және жүргізу;</p> <p>ОН5 – коммуникациялық саясаттың бағдарламаларын жоспарлау үшін бюджетті жоспарлау әдістемесін және маркетингтік коммуникацияларды кешенді және элементтік қолдану тиімділігін бағалау әдістерін пайдалану</p>	<p>бәсекелестермен салыстырмалы талдау үшін талдамалық құралдарды (SWOT-талдау, GAP-талдау және т. б.) қолдану;</p> <p>ЖИ 3.2. - жарнама стратегиясын әзірлеу;</p> <p>ЖИ 3.3. - өткізуді ынталандыру стратегиясын әзірлеу;</p> <p>ЖИ 3.4. - PR стратегиясын таңдау;</p> <p>ЖИ 3.5. - жеке сату стратегиясын негіздеу;</p> <p>ЖИ 3.6. - тұтынушылардың адалдық бағдарламаларын құрастыру.</p> <p>ЖИ 4.1 - жарнама және өткізуді ынталандыру тәсілдерін жіктеу, әзірлеу және қолдану; PR-қызметтің құралдары мен әдістері; тікелей маркетингті және жеке сатуды, көрме қызметін ұйымдастыру тәсілдерін қолдану;</p> <p>ЖИ 4.2. - нақты ақпарат тасымалдағыштарды таңдау және таңдалған ақпарат тасымалдағыштардың мақсатты аудиторияның талаптарына сәйкестігін анықтау (қамту, рейтингтер, құн және т. б.);</p> <p>ЖИ 4.3. - коммуникация процесін жобалау үшін коммуникациялық саясат құралдарын таңдау;</p> <p>ЖИ 4.4. - аудиторияға тиімді ақпараттық үндеу жасау;</p> <p>ЖИ 4.5. - синергетикалық әсер алу үшін коммуникацияларды саралау және оларды біріктіру тұжырымдамасын таңдау</p> <p>ЖИ 5.1 - коммуникациялық саясат бағдарламасының бюджетін қалыптастыру әдісін таңдау және оңтайлы бюджетті анықтау;</p> <p>ЖИ 5.2. - коммуникациялық саясат бағдарламаларының бюджетін есептеу;</p> <p>ЖИ 5.3 - коммуникациялық саясатты кешенді және элементтік қолдану тиімділігін бағалау технологияларын пайдалану</p> <p>ЖИ 5.4. - коммуникациялық саясатты қолданудың экономикалық; коммуникативтік және әлеуметтік тиімділігіне бағалау жүргізу.</p>
<p>Пререквизиттер</p> <p>Постреквизиттер</p>	<p>Маркетингтік коммуникациялар</p> <p>Жарнамалық қызметті ұйымдастыру</p> <p>Маркетинг-менеджмент</p> <p>Маркетингтік технологиялар</p>	
<p>Әдебиет және ресурстар</p>	<p>Әдебиет:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lynne Eagle, Барбара Czarneska, Стефан Даль, Дженни Ллойд. Marketing Communications 2nd Edition. – 420p. 2. Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич. - М.: Дашков и К, 2016. - 196 с. 2. Габинская, О.С. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / О.С. Габинская. - М.: Академия, 2018. - 176 с. 3. Красюк, И.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.Н. Красюк. - М.: Инфра-М, 2018. - 416 с. 5. Мазилкина, Е.И Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2016. - 256 с. <p>Интернет-ресурстар:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.marketcenter.ru/ 2. http://www.marketing.spb.ru/ 3. https://www.marketologi.ru/ <p>Онлайн режимінде қол жетімді ресурстар: дәрістер, семинарлар, CDS тапсырмаларын орындау үшін пайдаланылатын қосымша оқу материалдары мен интернет-ресурстар, веб-ресурстар Moodle SDO жүйесінде сіздің парағыңызда қол жетімді болады</p>	
<p>Университеттің моральдық-этикалық құндылықтары аясындағы курстың академиялық саясаты</p>	<p>Барлық маистранттар онлайн оқудан өтеді ... Интернеттегі курс модульдерін аяқтау мерзімдері пәнді оқытудың жоспарлы кестесіне сәйкес қатаң сақталуы керек.</p> <p>НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ! Белгіленген мерзімдерді орындамау балл жоғалтуға әкеледі!</p> <p>Академиялық құндылықтар:</p> <p>- дәріс/семинар сабақтарының тапсырмаларын орындау, СӨЖ тапсырмалары шығармашылық сипатта, ешқандай көшіріп алу мен біреудің дайын еңбегін пайдалануға жол берілмеуі тиіс:</p>	

	- бақылаудың барлық кезеңдерінде плагиат, жалғандық, алдау парақтарын пайдалану, көз бояушылық жасау мен дайын жұмысты көшіріп алуға жол берілмеуі тиіс; - мүмкіндігі шектеулі студенттер е-мекенжай бойынша консультациялық көмек ала алады - ela.68@mail.ru е-поштасы және Универ жүйесінде (қашықтықтан оқыту курстары).
Бағалау және аттестациялау саясаты	Критериалды бағалау: аралық бақылау және емтихандар дескрипторларға сәйкес бағаланады (құзыреттердің қалыптасуын тексеру) Жиынтық бағалау: сабаққа белсенді қатысу, арнайы шығармашылық тапсырмаларды орындау

Оқу курсының мазмұнын іске асыру күнтізбесі (кесте)

апта/ күн	Тақырып атауы	ОН	ЖИ	сағат саны	Макси малды балл	Білімді бағалау	Дәріс формасы / платформа түрі
1 Модуль- Коммуникациялық саясаттың теориялық негіздері							
1	1. Классикалық дәріс. Коммуникациялық саясаттың теориялық негіздері және заманауи тұжырымдамалары	ОН 1	ЖИ 1.1. ЖИ 1.2	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
	1. Семинар сабағы - талқылау. Жарнаманың, сатуды ынталандыру, қоғаммен байланыс, тікелей маркетингтің коммуникациялық саясатжүйесіндегі рөлін негіздеу.	ОН 1	ЖИ 1.3. ЖИ 1.4.	1	15	- ауызша сұрау	ZOOM платформасында веб-сабағы
2	2. Дәріс-түсіндіру. Коммуникациялық саясатқа арналған мақсатты аудиториялар	ОН 1	ЖИ 1.3	2		- отандық кәсіпорындар мысалында МК элементтерінің рөлін топтық талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	2. Семинар сабағы- пікірталас. Мақсатты аудиторияның сипаттамалары мен стереотиптерін, мотивациясын, мінез-құлқын анықтау	ОН 1	ЖИ 1.3	1	15	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
3	3. Классикалық дәріс. Маркетингтік коммуникация арналары	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.2 ЖИ 4.2	2		- ауызша сұрау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	3. Семинар сабағы- сараптамалық қорытынды. Нақты ақпарат тасығыштарды таңдау және таңдалған ақпарат тасығыштардың мақсатты аудиторияның талаптарына сәйкестігін анықтау (қамту, рейтингтер, күн және т. б.);	ОН 4	ЖИ 4.2	1	15	- тұтынушының портретін өзара бағалауға топтық талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	МООЖ: МӨЖ орындауға кеңес беру 1. Таңдалған тақырып бойынша Реферат/презентация. Тақырыптар: 1) Жарнама психологиясы. Aida жарнамалық моделі. Подсознание. 25-ші кадр 2) жарнама психологиясы. Жарнамалық мусреттер мен стопперлер 3) Жарнама психологиясы. Оң және теріс эмоциялар 4) Жарнама нарығының құрылымы	ОН 1	ЖИ 1.1 ЖИ 1.2 ЖИ 1.3 ЖИ 1.4				онлайн/офлайн кеңес

	5) Стандартты емес жарнамалық жобалар 6) Интернеттегі шығармашылық маркетинг						
4	4. Дәріс-зерттеу. Жарнама: мәні мен түрлері, жарнамалық зерттеулер	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 4.1	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
	4. Семинар сабақ дискуссия. МК жүйесіндегі жарнаманың жетекші рөлін негіздеу. Жарнамалық зерттеу әдістемесін анықтау	ОН 1 ОН 3 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 3.1 ЖИ 4.1 ЖИ 4.2	1	15	- ауызша сұрау - пікірталас	ZOOM платформасында веб-сабағы
	МӨЖ: МӨЖ 1 қорғау	ОН 2	ЖИ 2.1. ЖИ 2.2 ЖИ 2.3. ЖИ 2.4		25	нәтижелерді таныстыру	Универ жүйесінде асинхОНнды формада жазбаша тапсырма орындау
2 Модуль-Коммуникациялық саясат элементтері							
5	5. Дәріс-зерттеу. Жарнамалық қызметті ұйымдастыру	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 4.1 ЖИ 4.4	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
	5. Семинар сабағы-зерттеу. Кәсіпорынның жарнамалық қызметінің негізгі бағыттары.	ОН 4	ЖИ 4.1 ЖИ 4.4	1	15	- ауызша сұрау - ҚР-дағы жарнама нарығының мәселелерін топтық талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	Аралық бақылау 1				100		
6	6. Дәріс-визуализация. Жарнаманы жоспарлау және бақылау	ОН 3 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 3.4 ЖИ 5.2	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
	6. Семинар сабақ-кеңес беру. Жарнамалық бағдарламаны әзірлеу және басқару	ОН 3 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 3.4 ЖИ 5.2	1	15	- ауызша сұрау - жарнамалық бағдарламаларды топтық талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	СОӨЖ: 2 СӨЖ орындау консультациясы. Медиажоспар құру	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 4.4				онлайн/офлайн кеңес
7	7. Классикалық дәріс. Өткізуді ынталандыру	ОН 1 ОН 4 ОН 5	ЖИ 1.1. ЖИ 4.1 ЖИ 4.4 ЖИ 5.1	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы

	7. Семинар сабағы-әңгіме. Өткізуді ынталандыру стратегиясын әзірлеу	ОН 3 ОН 4 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 3.4 ЖИ 4.1 ЖИ 5.3	1	15	- ауызша сұрау	ZOOM платформасында веб-сабағы
8	8. Дәріс-түсіндіру. Қоғаммен байланыс	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 4.4	2		- өткізуді ынталандыру стратегиясын талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	8. Семинар сабағы- талқылау. Қоғаммен байланыс бағдарламаларын әзірлеу.	ОН 3 ОН 4 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 3.4 ЖИ 4.1 ЖИ 5.4	1	15	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
9	9. Дәріс-зерттеу. Жеке сату	ОН 1 ОН 4	ЖИ 1.1. ЖИ 4.4	2		- ауызша сұрау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	9. Семинар сабағы- талқылау. Жеке сату процесін құру.	ОН 3 ОН 4 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 4.1 ЖИ 5.5	1	15	- қоғаммен байланыс бағдарламаларын талдау.	ZOOM платформасында веб-сабағы
	СОӨЖ: СОӨЖ 2 қорғау СӨЖ 2. Медиажоспар құру	ОН 3 ОН 4	ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 4.1 ЖИ 4.2		25	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
10	10. Дәріс-түсіндіру. Қарым-қатынас маркетингі	ОН 1 ОН 4 ОН 5	ЖИ 1.3. ЖИ 4.4 ЖИ 5.6	2		- ауызша сұрау- жеке сату процесін талдау.	ZOOM платформасында веб-сабағы
	10. Семинарлық сабақ-кейс. Клиенттердің адалдығын арттыру және қарым-қатынас маркетингін қалыптастыру бойынша шешімдерді әзірлеу	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.4 ЖИ 5.6	1	15	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық кейстер мен практикалық тапсырмаларды шешу	ZOOM платформасында веб-сабағы
Аралық бақылау (Midterm examination)					100		
3-Модуль- Коммуникациялық саясат стратегиялары мен бағдарламалары							
11	11. Дәріс-түсіндіру. Қарым-қатынас маркетингі	ОН 1 ОН 4 ОН 5	ЖИ 1.3. ЖИ 4.4 ЖИ 5.6	2		- ұсынылған әдебиеттерге алдын-ала дайындық,	ZOOM платформасында веб-сабағы
	11. Семинарлық сабақ-кейс. Адалдық бағдарламасын әзірлеу	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.4 ЖИ 5.6	1	15	өзара бағалау тапсырмасын орындау - ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын-ала дайындық - МК технологиясын даму тенденцияларын талдау	ZOOM платформасында веб-сабағы

						негізінде ауызша сұрау - талқылау	
	11. Дәріс-түсіндіру. Жаңа коммуникациялық технологиялар	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.5 ЖИ 5.6	2		- ұсынылған әдебиеттерге алдын-ала дайындық, өзара бағалау тапсырмасын орындау	ZOOM платформасында веб-сабағы
12	11. Семинарлық сабақ-кейс. Жаңа коммуникациялық технологиялардың ерекшеліктерін және практикалық қолдану мүмкіндіктерін анықтау	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.5 ЖИ 5.2 ЖИ 5.3 ЖИ 5.4 ЖИ 5.5	1	15	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын-ала дайындық - МК технологиясын ың даму тенденцияларын талдау негізінде ауызша сұрау - талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	СОӨЖ: СӨЖ 3 орында бойынша кеңес беру Жоба: ситуациялық талдау жүргізу, позициялауды анықтау, жылжыту бағдарламасы бойынша коммуникациялық стратегияның негізгі идеясы мен шығармашылық тұжырымдамасын әзірлеу	ОН 3 ОН 4 ОН 5	ЖИ 3.1 ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 3.4 ЖИ 4.1 ЖИ 5.1 ЖИ 5.5				онлайн/офлайн кеңес
	12. Интерактивті дәріс. Көрме-жәрменкелік қызмет	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.5 ЖИ 5.2 ЖИ 5.3 ЖИ 5.4 ЖИ 5.5	2		- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық - ауызша сұрау	ZOOM платформасында веб-сабағы
13		ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.5 ЖИ 5.1 ЖИ 5.2	1	15	- көрмеге қатысу бағдарламаларын талқылау	ZOOM платформасында веб-сабағы
	12. Интерактивті семинар сабағы. Көрмеге қатысу үшін коммерциялық жұмыс, жарнама және хаттамалық іс-шаралар жоспарларын әзірлеу	ОН 5	ЖИ 5.1 ЖИ 5.2 ЖИ 5.3 ЖИ 5.4 ЖИ 5.5		25		ZOOM платформасында веб-сабағы
	СӨЖ: СӨЖ 3 қорғау Ситуациялық талдау жүргізу, мақсатты аудиторияны анықтау, позициялауды анықтау, жылжыту бағдарламасы бойынша коммуникациялық стратегияның негізгі идеясы мен шығармашылық тұжырымдамасын әзірлеу	ОН 3 ОН 4	ЖИ 3.2 ЖИ 3.3 ЖИ 4.1 ЖИ 4.2			Жеке жоба: аналитикалық анықтама, тұтынушы портретін қалыптастыру алгоритмі, шығармашылық тапсырма	Универ жүйесінде асинхронды формада жазбаша тапсырма орындау
14-15	14-15. Дәріс-визуализация. Жылжыту бюджетін әзірлеу және МК тиімділігі	ОН 1 ОН 4 ОН 5	ЖИ 1.3. ЖИ 4.4 ЖИ 5.6		15	- ұсынылған әдебиеттер бойынша алдын ала дайындық	ZOOM платформасында веб-сабағы
	14-15. Семинар талдау. Жылжыту бюджетін әзірлеу	ОН 4 ОН 5	ЖИ 4.4 ЖИ 5.6		15	- ұсынылған әдебиеттер	ZOOM платформасында

	және МК тиімділігі					бойынша алдын ала дайындық кейстер мен практикалық тапсырмаларды шешу	веб-сабағы
Аралық бақылау 2					100		
Емтихан					100		

Декан, э.ғ.д., профессор м.а.

Бимендиева Л.А

Әдістемелік кеңестің төрайымы,
э.ғ.к., доцент

Низамдинова А.К.

«Бизнес-технологиялар» каф. меңгерушісі,
э.ғ.к., доцент

Ахметова З.Б.

Лектор, э.ғ.к., аға оқытушы

Баймуханбетова Э.Е.