

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Экономика және бизнес жоғары мектебі

«Бизнес-технологиялар» кафедрасы

БЕКІТЕМІН
Экономика және бизнес
Жоғары мектебінің деканы
(қолы)
э.ғ.к., профессор м.а. Бимендиева Л.А.
« 06 » 09 2022 ж.



ПӘННІҢ ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК КЕШЕНІ

SUM 7302 Маркетингті стратегиялық басқару

(пәннің коды, атауы)

8D04111 – Маркетинг

(Білім беру бағдарламасының атауы және коды)

Курс – 1

Семестр – 1

Кредит саны – 5

Алматы 2022 ж.

ПОӘК дайындаған: Сартова Р.Б., э.ғ.к., қауымдастырылған профессор (доцент)
(дайындаған, лауазымы, дәрежесі және атағы)

8D04111 – Маркетинг білім беру бағдарламасының негізгі оқу жоспары негізінде әзірленді
білім беру бағдарламасының негізгі оқу жоспары негізінде әзірленді (қандай құжаттың негізінде)

«Бизнес-технологиялар» кафедрасының мәжілісінде қарастырылған және ұсынылған

«6» 09 2022 ж, хаттама № 1

Кафедра меңгерушісі, э.ғ.к., ассоц. проф. _____ Ахметова З.Б.


(қолы)

Силлабус
2022-2023 оқу жылының күзгі семестрі
«8D04111 -Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша

Пәннің коды	Пәннің атауы	докторанттың өзіндік жұмысы (ДӨЖ)	кредит саны			Кредит саны	Докторанттың оқытушы басшылығымен өзіндік жұмысы (ДӨӨЖ)
			Дәрістер (Д)	Практик. сабақтар (ПС)	Зерт. сабақтар (ЗС)		
SUM 7302	Маркетингті стратегиялық басқару	98	15	30	-	5	7

Курс туралы академиялық ақпарат

Оқытудың түрі	Курстың типі/сипаты	Дәріс түрлері	Практикалық сабақтардың түрлері	Қорытынды бақылау түрі
офлайн	базалық/ практикалық	классикалық, түсіндіру, зерттеу, визуализация. интерактивті	пікірталас, ми шабуылы, сараптамалық қорытынды, іс. әңгімелесу, интерактивті сабақ, кеңес беру, зерттеу	жазбаша
Лектор	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор (доцент)			
e-mail:	sartova2010@mail.ru			
Телефон:	раб. 221- 1396			
Ассистент	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор (доцент)			
e-mail:	sartova2010@mail.ru			
Телефон:	раб. 221- 1396			

Курстың академиялық таныстыруы

Пәннің мақсаты	Оқытудың күтілетін нәтижелері (ОН) Пәнді оқыту нәтижесінде білім алушы қабілетті болады:	ОН қол жеткізу индикаторлары (ЖИ) (әрбір ОН-ге кемінде 2 индикатор)
докторанттарда ғылыми негіз ғылыми тәсілдер арқылы маркетингті стратегиялық басқару	Пәнді оқу нәтижесінде докторант: ОН 1 - ғылыми тәсілдер мен оларды әзірлеу әдістері негізінде маркетингті стратегиялық басқару әдіснамасын түсіндіру;	1.1 маркетингті стратегиялық басқару терминдерін түсіну;
		1.2. маркетингті басқаруға арналған компоненттердің ерекшеліктерін анықтау;
		1.3 маркетингтің стратегиялық жоспарының архитектурасын және оның

және оларды әзірлеу әдістері қалыптастыру		корпоративтік стратегиямен байланысын түсіну;
	ОН 2 - маркетингтің стратегиялық менеджментінде маркетингтік талдау құралдарын қолдану мүмкіндіктерін бағалау;	2.1 маркетингтік талдау құралдарын қолданудың маңыздылығын түсіну;
		2.2. сыртқы маркетингтік ортаның құрылымын анықтаңыз;
		2.3 тиімді маркетингтік қызметтің шарттарын түсіну ;
	ОН 3 – стратегиялық маркетингті басқарудың тиімділігін бағалау үшін стратегиялық және ағымдағы жоспарлау әдіснамасын қолдану;	3.1 маркетингті басқарудағы стратегиялық және ағымдағы жоспарлау кезеңдерін анықтаңыз;
		3.2 нарықты сегменттеу, мақсатты сегменттерді таңдау, орналастыру және қайта орналастыруды анықтаңыз;
		3.3 маркетингті стратегиялық басқарудағы маркетингтік талдаудың негізгі бағыттарының ерекшеліктерін ажырату;
	ОН 4 - корпоративтік, функционалдық және аспаптық деңгейлерде маркетингтің стратегиялық бағыттарын әзірлеу;	4.1 маркетингті стратегиялық басқарудың функционалдық деңгейінде портфельдік стратегияларды айқындау ;
		4.2 тауар саясатындағы стратегиялық шешімдерді анықтау;
		4.3 тарату арналарын басқару сатыларын жіктеу;
	ОН 5 - ақпарат ағынын басқару ғылымы ретінде маркетингтік зерттеу әдістемесін меңгеру.	5.1 докторанттың зерттеу тақырыбына қатысты маркетингтік қызметті стратегиялық басқарудағы тиімділікті бақылау және бағалау үдерісінің кезеңдерін анықтау;
		5.2. қоғамдық басқарудағы маркетингтік қызметті бағалау процесінің кезеңдерін анықтаңыз ;
		5.3 маркетингті стратегиялық басқарудағы коммуникациялық жүйенің ерекшеліктерін анықтау: өзара әрекеттесудің негізгі стратегиялары;
Пререквизиттер	Mmi7201 Маркетингтік зерттеулер әдістемесі, INI 7303 Ғылыми зерттеулер өнері, UMP 7303 Маркетингтік жобаларды басқару	

Постреквизиттер	Пәнді оқу кезінде алынған білім, іскерліктер мен дағдылар тиісті тақырып бойынша докторлық диссертацияны табысты орындау және кейінгі практикалық қызмет үшін қажет.
**Әдебиет және ресурстар	<p>Оқу әдебиеттері:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие. в 2 ч. / 3-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. - 138 с. 2. Маркетинговые исследования: планирование и организация : учебное пособие / сост. Т. В. Евстигнеева. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. - 318 с. 3. Акифьев И.В. Современное развитие маркетинговой стратегии в условиях широкого распространения Интернет-услуг: моногр. / И.В. Акифьев. - Пенза: ПГУАС, 2016. - 128 с. 4. Исследование систем управления: учеб. пособие / под ред. Ф.Л. Шарова. - М.: МИЭП, 2017. - 136 с. 5. Методология и методика социологических и маркетинговых исследований: учебно-методическое пособие / сост. Т.А. Пичугина. - Ижевск: ГОУ ВПО «Удмуртский университет», 2016. - 86 с. <p>Интернет ресурстары:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://elibrary.kaznu.kz/ru 2. https://pll.harvard.edu/course/digital-marketing-strategy-0?delta=9 3. https://www.udacity.com/course/digital-marketing-nanodegree--nd018

Университеттің моральдық-этикалық құндылықтары контекстіндегі курстың академиялық саясаты	<p>Академиялық тәртіп ережелері: Академиялық құндылықтар: Практикалық / зертханалық сабақтар, ДӨЖ дербес, шығармашылық сипатта болуы тиіс. Плагиат, жалғандық, алдау парақтарын пайдалану, бақылаудың барлық кезеңдерінде алдау мүмкін емес. Мүмкіндігі шектеулі докторанттар консультациялық көмекті мына телефон және Е-мекенжай бойынша ала алады: sartova2010@mail.ru</p>
Бағалау және аттестаттау саясаты	<p>Критериялды бағалау: оқу нәтижелерін дескрипторларға қатысты бағалау (аралық бақылау мен емтихандарда құзыреттіліктің қалыптасуын тексеру). Жиынтық бағалау: аудиториядағы жұмыс белсенділігін бағалау(вебинарда); орындалған тапсырманы бағалау.</p>

Оқу курсының мазмұнын жүзеге асыру күнтізбесі (кестесі)

Апта	Тақырып атауы	Сағат саны	Макс. балл***
1-Модуль маркетингті стратегиялық басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамалары			
1	Д1. Маркетингті стратегиялық басқарудың теориялық және әдіснамалық аспектілері мен компоненттері	1	3
	ПС 1. Маркетингті стратегиялық басқарудың ғылыми аспектілері мен компоненттерін анықтау	2	6
2	Д 2. Сыртқы маркетингтік орта және тиімді маркетингтік қызмет шарттары	1	3
	ПС 2. Сыртқы маркетингтік ортаның құрылымын және тиімді маркетингтік қызметтің шарттарын анықтау	2	6
3-4	Д 3. Маркетингтің Стратегиялық жоспарының архитектурасы және оның корпоративтік стратегиямен байланысы	1	3

Постреквизиттер	Пәнді оқу кезінде алынған білім, іскерліктер мен дағдылар тиісті тақырып бойынша докторлық диссертацияны табысты орындау және кейінгі практикалық қызмет үшін қажет.
**Әдебиет және ресурстар	<p>Оқу әдебиеттері:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие. в 2 ч. / 3-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. - 138 с. 2. Маркетинговые исследования: планирование и организация : учебное пособие / сост. Т. В. Евстигнеева. – Ульяновск: УлГТУ, 2018. - 318 с. 3. Акифьев И.В. Современное развитие маркетинговой стратегии в условиях широкого распространения Интернет-услуг: моногр. / И.В. Акифьев. - Пенза: ПГУАС, 2016. - 128 с. 4. Исследование систем управления: учеб. пособие / под ред. Ф.Л. Шарова. - М.: МИЭП, 2017. - 136 с. 5. Методология и методика социологических и маркетинговых исследований: учебно-методическое пособие / сост. Т.А. Пичугина. - Ижевск: ГОУ ВПО «Удмуртский университет», 2016. - 86 с. <p>Интернет ресурстары:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://elibrary.kaznu.kz/ru 2. https://pll.harvard.edu/course/digital-marketing-strategy-0?delta=9 3. https://www.udacity.com/course/digital-marketing-nanodegree--nd018

Университеттің моральдық-этикалық құндылықтары контекстіндегі курстың академиялық саясаты	<p>Академиялық тәртіп ережелері: Академиялық құндылықтар: Практикалық / зертханалық сабақтар, ДӨЖ дербес, шығармашылық сипатта болуы тиіс. Плагиат, жалғандық, алдау парақтарын пайдалану, бақылаудың барлық кезеңдерінде алдау мүмкін емес. Мүмкіндігі шектеулі докторанттар консультациялық көмекті мына телефон және Е-мекенжай бойынша ала алады: sartova2010@mail.ru</p>
Бағалау және аттестаттау саясаты	<p>Критериалды бағалау: оқу нәтижелерін дескрипторларға қатысты бағалау (аралық бақылау мен емтихандарда құзыреттіліктің қалыптасуын тексеру). Жиынтық бағалау: аудиториядағы жұмыс белсенділігін бағалау (вебинарда); орындалған тапсырманы бағалау.</p>

Оқу курсының мазмұнын жүзеге асыру күнтізбесі (кестесі)

Апта	Тақырып атауы	Сағат саны	Макс. балл***
1-Модуль маркетингті стратегиялық басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамалары			
1	Д1. Маркетингті стратегиялық басқарудың теориялық және әдіснамалық аспектілері мен компоненттері	1	3
	ПС 1. Маркетингті стратегиялық басқарудың ғылыми аспектілері мен компоненттерін анықтау	2	6
2	Д 2. Сыртқы маркетингтік орта және тиімді маркетингтік қызмет шарттары	1	3
	ПС 2. Сыртқы маркетингтік ортаның құрылымын және тиімді маркетингтік қызметтің шарттарын анықтау	2	6
3-4	Д 3. Маркетингтің Стратегиялық жоспарының архитектурасы және оның корпоративтік стратегиямен байланысы	1	3

15	Д 13. Маркетингі стратегиялық басқарудағы коммуникациялық жүйені құру: өзара әрекеттесудің негізгі стратегиялары	1	2
	ПЗ 13. Маркетингі стратегиялық басқарудағы коммуникациялық жүйенің ерекшеліктерін анықтау: өзара әрекеттесудің негізгі стратегиялары	2	5
	СРД 3 11,12,13,14,15 тақырыптар бойынша тестілеуден өту.		6
РК 2			100

Декан, э.ғ.к., профессор м.а.



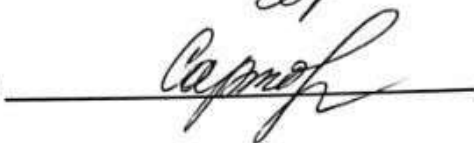
Бимендиева Л.А.

Кафедра меңгерушісі, э.ғ.к., қауымд. профессор



Ахметова З.Б.

Лектор, э.ғ.к., қауымд. профессор



Сартова Р.Б.