

«ПРЕСТИЖ» АЛМАТЫ КОЛЛЕДЖІ

Бекітемін

Директор

Мун Г.А.

« 24 » 09 2023ж.



**МАРКЕТИНГТЕГІ АҚПАРАТТЫҚ-КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР
ЖӘНЕ МӘЛІМЕТТЕР ҚОРЫМЕН ЖҰМЫС**
(Пән немесе модуль атауы)

**пәні бойынша
Оқу жұмыс бағдарламасы**

Мамандығы 04140100 –«Маркетинг (салалар бойынша)»
(Код және атауы)

Біліктілігі 4S04140103-«Маркетолог»
(Код және атауы)

Оқу түрі күндізгі негізгі орта білім негізінде

Жалпы сағат саны 144 кредит саны 6

Құрастырған _____ Сериков М.К.
(қолы) (Т.А.Ә.)

Түсінік хат

Пән сипаттамасы

Оқу жұмыс бағдарламасы Қазақстан Республикасы Оқу-ағарту министрінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 75» «Техникалық және кәсіптік, орта білімнен кейінгі білім беру ұйымдарында оқытудың кредиттік технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидаларын бекіту туралы бұйрығына» сәйкес әзірленген.

«Маркетингтегі ақпараттық-коммуникациялық технологиялар және мәліметтер қорымен жұмыс» пәнін оқуға 144 сағат (6 кредит) қарастырылған, оның ішінде теориялық – 20, зертханалық-тәжірибелік – 52, оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы - 24, білім алушының дербес жұмысы - 48 сағат.

Қалыптастырылатын құзіреттілік

Білім беру бағдарламасының мазмұны игеру бойынша меңгеріледі.

Базалық құзыреттілік:

БҚ1 – маркетингтік науқандар мен дерекқорларға қатысты деректерді жинау, талдау және түсіндіру мүмкіндігі;

БҚ2 – мәліметтер базасымен жұмыс істеуді білу және түсіну маркетингте қажетті дағды болып табылады;

БҚ3 – әртүрлі әлеуметтік медиа платформалармен жұмыс істей білу және оларды бренд пен өнімді жылжыту үшін пайдалану қазіргі маркетингтегі маңызды құзырет болып табылады.

Кәсіби құзыреттілік:

КҚ1 – веб-сайттарды әзірлеу және басқару дағдыларын меңгеру маркетинг мамандары үшін маңызды;

КҚ2 – кілт сөздерді зерттеу, веб-беттерді оңтайландыру, сапалы мазмұн жасау және іздеу нәтижелеріндегі сайт позицияларын жақсарту мүмкіндігі органикалық трафикті тартуға және брендтің көрінуін арттыруға көмектеседі;

КҚ3 – аналитикалық құралдарды түсіну және пайдалану маркетинг мамандары үшін маңызды.

Пререквизиттер:

- Информатика,
- Математика,
- Кәсіпкерлік қызмет негіздері.

Постреквизиттер:

- Сандық маркетинг,
- Халықаралық маркетинг,
- Жарнама және PR компаниялары.

Оқытуға қажетті құралдар, жабдықтар

Дербес компьютер, интеграцияланған даму ортасы, интерактивті тақта, проектор, интернет, мультимедиялық дәрістер мен оқулықтар, дидактикалық материалдар

Оқытуға қажетті құралдар, жабдықтар

Негізгі әдебиеттер:

1. Зайнобиддинов Д. Современные образовательные технологии и тенденции их развития //Общество и инновации. – 2022.
2. Нахшкарян Н. Р. Современные технологии обучения и тенденции их развития. – 2021.
3. Десненко С. И., Федотова А. Д. Применение технологии дополненной реальности как условие формирования цифровых навыков студентов как будущих. – 2021.
4. Соломатина В. А., Кандалов В. И. Система маркетинговой информации. – 2019.

5. Мясникова В. В., Гайдук В. И. Управление конкурентоспособностью. – 2021.
6. Айзикова И. А., Воробьева Т. Л. Восприятие изобразительного текста: проблематизация, актуализация, новые методологические подходы. – 2022.
7. Кингснорт С. Стратегия цифрового маркетинга. – Litres, 2022.
8. Раджаманнар Р. Квантовый скачок маркетинга. Если не внедрите это сегодня, вашей компании не станет завтра. – Litres, 2021
9. Давыдов В., Фёдоров М., Гавриков А. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога. – Litres, 2022.
10. Алексеев К. Инженерный подход. Управление маркетингом, основанном на данных. – Litres, 2022.

Қосымша әдебиеттер:

1. Карпова С. и др. Информационные технологии в маркетинге. Учебник и практикум для СПО. – Litres, 2022.
2. Павлов Н. Методы маркетинговых исследований. – Litres, 2022.
3. Роулс Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии–революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе. – Litres, 2022.
4. Горелова А. А. Современные информационные технологии в маркетинге. – 2019.

Оқытушының байланыс ақпараты:
Сериков Медет Каликаримович
 Т.А.Ә.

Тел.: +77014547793

e-mail: 7014547793@mail.ru

Сағаттардың семестр бойынша бөлінуі

Пән/ модуль коды мен атауы	Модульдегі барлық сағат саны	Соның ішінде							
		1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
		1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маркетингтегі ақпараттық-коммуникациялық технологиялар және мәліметтер қорымен жұмыс	144			48	48				
Барлығы:	144			48	48				

Оқу жұмыс бағдарламасының мазмұны

№	Тараулар/ оқыту нәтижесі	Тақырып/ бағалау критерийлері	Барлық сағат саны	Соның ішінде				Сабақ типі	Бағалау тапсырмалары
				Теория-лық	Зертх-налық-тәжіри-белік	Оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы	Өндірістік оқыту/ кәсіби тәжірибе		
	1-бөлім. Маркетингтік деректерді басқару		48	6	20	6	16		
1	Оқыту нәтижелері: Маркетинг деректерінің рөлі мен маңыздылығын түсіну: оқыту студенттерге маркетингтік деректердің маркетингтік стратегияларды әзірлеуде негізгі рөл атқаратынын түсінуге көмектеседі. Маркетингтік деректерді жинау және талдау дағдылары: Студенттер маркетингтік зерттеулер мен аналитикада қолданылатын деректерді жинау және талдау әдістерін үйренеді.	Маркетингтік мәліметтерді жинау стратегиясын әзірлеу Бағалау критерийлері: Деректер сапасы	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/1/ 25-32 бет.
2		Маркетингтік мәліметтерді жинау және сақтау әдістері Бағалау критерийлері: Құрылымдық деректер	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 35-47 бет.
3		Тұтынушының деректер қорын сегменттеу принциптері Бағалау критерийлері: Деректер сәйкестігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 49-56 бет.
4		Жетекші дерекқорды басқару Бағалау критерийлері: Деректер консистенциясы	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 60-72 бет.
5		Маркетинг деректер базасын оңтайландыру Бағалау критерийлері: Деректер қауіпсіздігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 74-88 бет.
6		CRM жүйелерін қолдану Бағалау критерийлері: Деректердің қолжетімділігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 91-108 бет.
7		Маркетингтік мәліметтерді сақтаудың құқықтық аспектілері Бағалау критерийлері: Деректерді біріктіру	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 110-119 бет.
8		Мәліметтерді жинау процесін автоматтандыру Бағалау критерийлері: Икемділік пен бейімделгіштік	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 121-135 бет.
9		Аналитикалық құралдарды қолдану Бағалау критерийлері: Қолданудың қарапайымдылығы	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/1/ 138-147 бет.
10	Маркетингтік деректерді басқару	Машиналық оқыту әдістерін қолдану Бағалау критерийлері: Басқа жүйелермен интеграция	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 151-167 бет.

11	технологияларын қолдана білу: оқыту студенттерді CRM жүйелері мен деректер базасы сияқты маркетингтік деректерді басқарудың заманауи құралдарымен және жүйелерімен таныстыруды қамтиды.	Тұтынушы деректерін пайдалану Бағалау критерийлері: Процесті автоматтандыру	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 25-32 бет.
12		Маркетинг деректерінің сапасын бағалау Бағалау критерийлері: Есеп беру және талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 35-47 бет.
13		Бәсекелес деректерінің рөлі Бағалау критерийлері: Жекешелендіру және жекелендіру	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 49-56 бет.
14		Маркетингтік аналитика Бағалау критерийлері: Зерттеулер жүргізу мүмкіндігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 60-72 бет.
15		Өртүрлі деректер көздерін біріктіру Бағалау критерийлері: Деректер сапасын бақылау жүйесі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 74-88 бет.
16		Мониторинг жүйесін енгізу Бағалау критерийлері: Деректерді ортақ пайдалану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 91-108 бет.
17		Маркетинг деректеріңізді қорғау Бағалау критерийлері: Көптеген деректер түрлерін қолдау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/2/ 110-119 бет.
18		Тұтынушы деректерінің рөлі Бағалау критерийлері: Жүйені кеңейту мүмкіндігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 121-135 бет.
19	Деректер негізінде шешім қабылдау қабілеті: оқыту маркетингтік науқандарды жоспарлау мен орындауға байланысты негізделген шешімдер қабылдау үшін маркетингтік деректерді талдау және пайдалану бойынша студенттердің дағдыларын дамытады.	Сұраныс пен трендті болжау Бағалау критерийлері: Деректер өмірлік циклін басқару	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 138-147 бет.
20		Зерттеудегі деректерді басқару Бағалау критерийлері: Масштаптауды есептеу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 151-167 бет.
21		Географиялық мәліметтерді қолдану Бағалау критерийлері: Деректерге қол жеткізуді басқару	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 25-32 бет.
22		Сату деректерін тиімді пайдалану Бағалау критерийлері: Аудит жүйесі және деректердің өзгеру тарихы	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 35-47 бет.
23		Әлеуметтік желі деректерін пайдалану Бағалау критерийлері: Деректерді жасыру мүмкіндігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 49-56 бет.
24		Жарнамалық науқандардың тиімділігін талдау. Бақылау жұмысы №1 Бағалау критерийлері: Жүйе жылдамдығы мен өнімділігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 60-72 бет.
	2-бөлім. Сандық маркетинг және коммуникациялар		48	6	16	8	18		

25	Оқыту нәтижелері: Сандық маркетинг стратегияларын түсіну: студенттер контент маркетингі, әлеуметтік медиа, іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO), ақылы жарнама және т.б. сияқты сандық маркетингтің әртүрлі стратегиялары мен тактикалары туралы білім алады.	Сандық маркетинг негіздері Бағалау критерийлері: Мақсатты аудитория	2	2			Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/3/ 74-88 бет.	
26		Сандық маркетинг стратегиясын әзірлеу Бағалау критерийлері: Арналарды біріктіру	2			2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 91-108 бет.	
27		Әлеуметтік желіні пайдалану Бағалау критерийлері: Пайдаланушы тәжірибесі	2		2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 110-119 бет.	
28		Іздеу жүйелері үшін мазмұнды оңтайландыру Бағалау критерийлері: Трафикті тарту	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 121-135 бет.
29		Іздеу жүйелеріндегі жарнама Бағалау критерийлері: Жарнамалық науқандар	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 138-147 бет.
30		Интернет-дүкенді басқару Бағалау критерийлері: Әлеуметтік желі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 151-167 бет.
31		Аудиторияны сегменттеу және автоматтандыру Бағалау критерийлері: Электрондық пошта	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 25-32 бет.
32	Сандық маркетинг құралдарының дағдылары: Тренинг студенттерге Google Analytics, Google Ads, әлеуметтік медиа платформалары және т.б. сияқты цифрлық маркетингте қолданылатын негізгі құралдар мен платформаларды меңгеруге көмектеседі.	Сандық маркетингтегі ықпал етушілердің әсері Бағалау критерийлері: әлеуметтік өзара әрекеттесу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 35-47 бет.
33		Бейне контентті құру және жылжыту Бағалау критерийлері: Ықпал және бедел	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/4/ 49-56 бет.
34		Мобильді маркетинг Бағалау критерийлері: көрнекі тартымдылық	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 60-72 бет.
35		Цифрлық ортада бренд беделін басқару Бағалау критерийлері: Аудиторияны тарту	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 74-88 бет.
36		Сандық маркетингтегі аналитика Бағалау критерийлері: Мобильді бейімделу	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 91-108 бет.
37		Маркетингтік процестерді автоматтандыру Бағалау критерийлері: Шешім қабылдауға әсері	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 110-119 бет.
38		Аудитория үшін құнды контент жасау Бағалау критерийлері: Бедел және шолулар	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 121-135 бет.
39		Әлеуметтік медиа науқанын басқару Бағалау критерийлері: Әсер етушілермен өзара әрекеттесу	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 138-147 бет.
40	Цифрлық деректерді талдау дағдыларын	Қону беттерін жасау және оңтайландыру Бағалау критерийлері: Бәсекеге қабілетті аналитика	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 151-167 бет.

41	дамыту: оқыту цифрлық маркетинг арналарынан алынған деректерді талдауды үйренуді қамтиды. Тиімді цифрлық коммуникация стратегияларын құру мүмкіндігі.	Аналитикалық құралдарды қолдану Бағалау критерийлері: Жарнамалық бюджетті басқару	2	2			Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/5/ 25-32 бет.	
42		Мазмұнды жасау және тарату Бағалау критерийлері: Жазылушылар мен аудиторияның өсуі	2		2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 35-47 бет.	
43		Пайдаланушы тәжірибесін оңтайландыру Бағалау критерийлері: Адалдық және тұтынушыларды сақтау	2			2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 49-56 бет.	
44		Мобильді қосымшалардың әсері Бағалау критерийлері: Әсер етушілермен өзара әрекеттесу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 60-72 бет.
45		Веб-сайтты жүктеу жылдамдығын оңтайландыру Бағалау критерийлері: Түрлендіру өнімділігі	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 74-88 бет.
46		Деректерге негізделген маркетингтік стратегиялар Бағалау критерийлері: Вирустық және қолжетімділік	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 91-108 бет.
47		Сандық маркетингте геолокацияны пайдалану Бағалау критерийлері: Органикалық трафикпен жұмыс	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 110-119 бет.
48		Жасанды интеллектті қолдану Бағалау критерийлері: Сыртқы серіктестермен жұмыс	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 121-135 бет.
	Бөлім 3. Маркетингтегі аналитика және болжау		48	8	16	10	14		
49	Оқыту нәтижелері: Маркетингтегі аналитиканың принциптері мен әдістерін түсіну: студенттер әртүрлі аналитикалық әдістер, модельдер және тәсілдер туралы білім алады. Аналитикалық құралдармен жұмыс тәжірибесі.	Маркетингтік аналитика негіздері Бағалау критерийлері: Деректер дәлдігі	2	2			Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/5/ 138-147 бет.	
50		Негізгі аналитикалық көрсеткіштер Бағалау критерийлері: Аналитикалық модельдердің сапасы	2			2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 151-167 бет.	
51		Веб-аналитика құралдарын пайдалану Бағалау критерийлері: Талдау тереңдігі	2		2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 25-32 бет.	
52		Пайдаланушының мінез-құлқын талдау Бағалау критерийлері: Деректерді визуализациялау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 35-47 бет.
53		Клиенттік мәліметтер қорын сегменттеу әдістері Бағалау критерийлері: Уақыт перспективасы	2		2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 49-56 бет.	
54		Түрлендіру көрсеткіштерін түсіндіру Бағалау критерийлері: Трендті анықтау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 60-72 бет.
55		Жарнамалық науқандардың тиімділігін талдау Бағалау критерийлері: Аудиторияны сегменттеу	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 74-88 бет.

56	Маркетингтік мәліметтерді талдау мүмкіндігі.	Электрондық поштаны талдау әдістері Бағалау критерийлері: Корреляциялық талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 91-108 бет.
57		Әлеуметтік медианы талдау Бағалау критерийлері: Бәсекелестерді талдау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/6/ 110-119 бет.
58		Мазмұндық маркетингте аналитиканы қолдану Бағалау критерийлері: Ресурстарды бөлу	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 121-135 бет.
59		Бәсекелес деректерінің рөлі Бағалау критерийлері: Сатуды болжау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 138-147 бет.
60	Маркетингтік сценарийлерді болжау және модельдеу қабілеті: оқыту маркетингтік науқандардың нәтижелерін, өнімге немесе қызметтерге сұранысты болжау және маркетингтік стратегиялардың тиімділігін бағалау үшін болжау және модельдеу әдістерін меңгеруді қамтиды.	Маркетинг қызметін талдау Бағалау критерийлері: Маркетинг арналарының тиімділігін талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 151-167 бет.
61		Маркетингтік аналитикадағы машиналық оқыту Бағалау критерийлері: Нәтижелерді бақылау және өлшеу	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 25-32 бет.
62		Сұраныс пен трендті болжау Бағалау критерийлері: Веб-сайт әрекетін талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 35-47 бет.
63		Маркетингтік аралас модельдерді қолдану Бағалау критерийлері: Маркетингтік атрибуция	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 49-56 бет.
64		Сатылым деректерін талдау Бағалау критерийлері: Нарықтың өсуін болжау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 60-72 бет.
65		Іскерлік интеллект құралдарын пайдалану Бағалау критерийлері: Мазмұн өнімділігін талдау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/7/ 74-88 бет.
66		Процестерді бағалау үшін аналитиканы пайдалану Бағалау критерийлері: Сұранысты болжау	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 91-108 бет.
67		Стратегияларды әзірлеудегі болжау рөлі Бағалау критерийлері: Сегменттеу тиімділігін талдау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 110-119 бет.
68	Аналитикалық мәліметтерге негізделген шешім қабылдау дағдылары.	Тұтынушы деректерін талдау Бағалау критерийлері: Үлгілерді тану және қолдану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 121-135 бет.
69		Аналитикадағы деректерді визуализациялау Бағалау критерийлері: Қорғасын генерациясының тиімділігін талдау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/7/ 138-147 бет.
70		Мәтіндік талдауды қолдану Бағалау критерийлері: Электрондық пошта маркетингінің тиімділігін талдау	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/7/ 151-167 бет.

71		Географиялық анализдердің ролі Бағалау критерийлері: Әлеуметтік желіні бақылау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/8/ 25-32 бет.
72		Маркетингтік есеп беру жүйесін енгізу. Бақылау жұмысы №2 Бағалау критерийлері: Тұтынушының қанағаттануын талдау	2		2			Білім, іскерлік дағдыны бекіту сабағы	/8/ 35-47 бет.
		Жалпы сағаттар:	192	24	38	34	72		