

«ПРЕСТИЖ» АЛМАТЫ КОЛЛЕДЖІ

Бекітемін
Директор
Мун Г.А.
«25» сәуір 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 _____
(қолы) Сериков М.К.
(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. Сандық маркетинг негіздері		24	4	8	4	8		
1	Оқыту нәтижелері: Сандық маркетингтің негізгі принциптері мен тұжырымдамаларын түсіну Сандық маркетинг стратегиясын әзірлеу мүмкіндігі. Сандық маркетинг құралдарын білу және пайдалану. Мазмұнды жасау және оңтайландыру мүмкіндігі. Нәтижелерді талдау және өлшеу.	Сандық маркетинг дегеніміз не? Бағалау критерийлері: Сандық маркетинг принциптерін түсіну	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/1/ 25-32 бет.
2		Маркетингтің эволюциясы Бағалау критерийлері: цифрлық маркетинг стратегияларын қолдану	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 35-47 бет.
3		Цифрлық түрлендіру Бағалау критерийлері: Мақсатты аудиторияны анықтау мүмкіндігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 49-56 бет.
4		Цифрлық маркетинг дәстүрліге қарсы Бағалау критерийлері: Мақсаттардың және негізгі көрсеткіштердің болуы	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 60-72 бет.
5		Сандық стратегия Бағалау критерийлері: Онлайн арналарды білу және пайдалану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 74-88 бет.
6		Нарықты зерттеу Бағалау критерийлері: Нарықты жүргізу және талдау қабілеті	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 91-108 бет.
7		Сандық сату шұңқыры Бағалау критерийлері: Мазмұнның сапасы мен тиімділігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 110-119 бет.
8		Әлеуметтік желі және олардың рөлі Бағалау критерийлері: SEO негіздерін білу және қолдану	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/1/ 121-135 бет.
9		Тиімді электрондық пошта науқандарын жасау Бағалау критерийлері: Жарнамалық науқандарды дамыту мүмкіндігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 138-147 бет.

10		Құнды мазмұнды жасау Бағалау критерийлері: маркетингте электрондық поштаны пайдалану	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/1/ 151-167 бет.
11		Танымал блогерлермен ынтымақтастық Бағалау критерийлері: Аналитикалық құралдарды білу	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 25-32 бет.
12		Сандық маркетингтегі аналитика. Тест №1 Бағалау критерийлері: Мәліметтерді интерпретациялау қабілеті	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 35-47 бет.
	2-бөлім. Нәтижелерді талдау және өлшеу		48	8	10	8	22		
13	Оқыту нәтижелері: Сандық маркетингтік аналитиканың негізгі ұғымдары мен принциптерін түсіну: метрика, конверсия, сату шұңқыры, аудиторияны сегменттеу және т.б. сияқты негізгі терминдерді түсіндіре білу. Аналитикалық құралдарды таңдау және конфигурациялау мүмкіндігі: веб-сайтыңызға немесе басқа сандық арналарға кірушілер туралы деректерді жинау және талдау үшін Google Analytics сияқты қолайлы аналитикалық құралдарды таңдап, конфигурациялай алады.	Веб-аналитикаға кіріспе Бағалау критерийлері: аналитикалық құралдарды орнату	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/2/ 49-56 бет.
14		Веб-аналитиканың негізгі құралдары Бағалау критерийлері: Негізгі көрсеткіштердің болуы	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 60-72 бет.
15		Бақылау кодын орнату Бағалау критерийлері: аналитикадағы деректердің сенімділігі	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 74-88 бет.
16		Негізгі веб-аналитика көрсеткіштерін түсіну Бағалау критерийлері: Негізгі көрсеткіштерді түсіну	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/2/ 91-108 бет.
17		Веб-сайт трафигін талдау Бағалау критерийлері: Веб-сайт трафигін жан-жақты талдау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 110-119 бет.
18		Пайдаланушының мінез-құлқын зерттеу Бағалау критерийлері: Пайдаланушы түрлендірулерін өлшеу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 121-135 бет.
19		Пайдаланушыны түрлендіру талдауы Бағалау критерийлері: Сайттағы қолданушылардың әрекетін талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 138-147 бет.
20		Теңшелетін есептерді жасаңыз Бағалау критерийлері: Жарнамалық науқандардың тиімділігі	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/2/ 151-167 бет.
21		Көп арналы шұңқырды пайдалану Бағалау критерийлері: SEO көрсеткіштері: органикалық трафик	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 25-32 бет.
22		Сандық маркетингтегі өлшеу Бағалау критерийлері: Әлеуметтік медианы талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 35-47 бет.
23		Жарнамалық науқандардың тиімділігін талдау Бағалау критерийлері: Мобильді талдау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/3/ 49-56 бет.

24		Пайдаланушыны сақтауды түсіну Бағалау критерийлері: Электрондық пошта өнімділігін талдау	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 60-72 бет.
25	Деректерді талдау және интерпретациялау: Сіз деректерді талдауды және одан құнды түсініктерді алуды үйренесіз. Маркетингтік науқандардың тиімділігін өлшеу: Осы негізделген шешімдерді қабылдау:	Контент маркетингінің тиімділігін өлшеу Бағалау критерийлері: Бәсекелестерді талдау және салыстыру	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 74-88 бет.
26		Электрондық пошта маркетингін талдау Бағалау критерийлері: ақпараттық есептер құру	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 91-108 бет.
27		Әлеуметтік желілердің тиімділігін бағалау Бағалау критерийлері: Мазмұнды тестілеу және оңтайландыру	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 110-119 бет.
28		Сауалнамаларды жобалау және талдау Бағалау критерийлері: Бренд беделін бақылау және өлшеу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 121-135 бет.
29		Мобильді талдау Бағалау критерийлері: Іс-шаралардың тиімділігін талдау	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/3/ 138-147 бет.
30		SEO көрсеткіштерін түсіну Бағалау критерийлері: тұтынушы өмірінің құнын бағалау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/3/ 151-167 бет.
31		Деректер құралдарымен таныстыру Бағалау критерийлері: Сатылым шұңқырын талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 25-32 бет.
32		Бәсекелестерді талдау Бағалау критерийлері: Контент маркетингінің тиімділігін бағалау	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 35-47 бет.
33		Жарнаманың әсерін түсіну Бағалау критерийлері: Маркетингтік талдау	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 49-56 бет.
34		Деректерді визуализациялау Бағалау критерийлері: Клиенттердің қанағаттанушылығы мен адалдығын өлшеу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 60-72 бет.
35		Пайдаланушы тәжірибесін өлшеу Бағалау критерийлері: Сәйкестік	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 74-88 бет.
36		Аналитикада үлкен деректерді пайдалану Бағалау критерийлері: Жарнамалық науқандардың тиімділігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 91-108 бет.
		3-бөлім: Мазмұнды жасау және мазмұн стратегиясын басқару	48	10	12	8	18		
37	Оқыту нәтижелері: Сапалы мазмұнды жасау мүмкіндігі: Сіз	Сандық маркетингтегі мазмұнның рөлі Бағалау критерийлері: Мазмұны қаншалықты түпнұсқа?	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/4/ 110-119 бет.

38	мақсатты аудиторияңыздың қажеттіліктері мен қызығушылықтарын ескере отырып, мақалалар, блогтар, бейнелер, инфографика және басқалар сияқты әртүрлі форматтағы мазмұнды жасауды үйренесіз.	Мақсатты аудиторияны анықтау Бағалау критерийлері: аудиторияға құнды ақпарат береді	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/4/ 121-135 бет.
39		Контентті стратегияны жоспарлау Бағалау критерийлері: ағымдағы үрдістер мен өзгерістерге сәйкес	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 138-147 бет.
40		Тиімді тақырыптарды құру Бағалау критерийлері: ақпараттық тақырып және субтитр мазмұны	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/4/ 151-167 бет.
41		тартымды мазмұн жазу Бағалау критерийлері: Жазу сапасы: мазмұны жақсы жазылған	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 25-32 бет.
42		Іздеу жүйелері үшін мазмұнды оңтайландыру критерийлері: сәйкес визуалды дизайн	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 35-47 бет.
43		Мазмұн арқылы аудиторияны тарту Бағалау критерийлері: аудиториямен өзара әрекеттесуге ықпал етеді	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/5/ 49-56 бет.
44		тартымды посттар жасау Бағалау критерийлері: іздеу жүйелері үшін оңтайландырылған мазмұн	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 60-72 бет.
45		аудитория үшін құнды контент жасау Бағалау критерийлері: мазмұн әртүрлі құрылғылар үшін қол жетімді	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 74-88 бет.
46		ықпалды блогерлермен ынтымақтастық Бағалау критерийлері: мазмұны брендтің құндылықтарын, стилін және дауысын көрсетеді	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 91-108 бет.
47	Іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO) дағдылары: сіз оның көрінуін арттыру және органикалық трафикті арттыру үшін іздеу жүйелері үшін мазмұнды қалай	Ақпараттық бюллетеньдер арқылы мазмұнды тарату Бағалау критерийлері: мазмұны мақсатқа жетуге ықпал етеді	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 110-119 бет.
48		Көрнекі элементтерді пайдалану Бағалау критерийлері: Нәтижелерді талдау және өлшеу	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 121-135 бет.
49		Сайтқа келушілерді қайта қарау Бағалау критерийлері: маркетингті автоматтандыруды қолдану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	
50		Мобильді оңтайландыру Бағалау критерийлері: Клиенттермен өзара әрекеттесу мүмкіндігі	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/5/ 138-147 бет.
51		Әртүрлі арналар үшін мазмұн жасау	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/5/ 151-167 бет.

	оңтайландыру керектігін үйренесіз.	Бағалау критерийлері: Әлеуметтік желіні білу және пайдалану							
52	Мазмұн күнтізбесін басқару: Мазмұн күнтізбесін пайдаланып мазмұнды жасауды және жариялауды тиімді жоспарлаңыз және ұйымдастырыңыз. Мазмұнды талдау және оңтайландыру: деректерді талдауды және мазмұныңыздың тиімділігін өлшеуді үйреніңіз.	Жасанды интеллектті қолдану Бағалау критерийлері: Маркетингтік бюджетті басқару мүмкіндігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 25-32 бет.
53		Серіктестермен ынтымақтастық Бағалау критерийлері: мобильді маркетингті пайдалану	2			2		Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 35-47 бет.
54		Краудсорсинг және краудфандинг Бағалау критерийлері: Серіктестермен жұмыс істей білу	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 49-56 бет.
55		Тұтынушылармен қарым-қатынас және басқару Бағалау критерийлері: Контент маркетингін білу және қолдану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 60-72 бет.
56		Интернеттегі беделді басқару Бағалау критерийлері: Трендтерді ұстану мүмкіндігі	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 74-88 бет.
57		Процесті автоматтандыру және байланыс Бағалау критерийлері: Халықаралық маркетингті білу және қолдану	2				2	Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 91-108 бет.
58		Тиімді қону бетін жасау Бағалау критерийлері: ықпалды адамдармен жұмыс істей білу	2	2				Жаңа білім мен қызмет әдістерін оқу және меңгеру	/6/ 110-119 бет.
59		Негізгі өнімділік көрсеткіштері Бағалау критерийлері: электрондық коммерцияда маркетингті қолдану	2		2			Икемділікті және дағдылықты қалыптастыру	/6/ 121-135 бет.
60		Цифрлық маркетингтегі трендтер мен инновациялар. Емтихан № 2 Бағалау критерийлері: Өсу құралдарын білу және қолдану	2		2			Білім, іскерлік дағдыны бекіту сабағы	/6/ 138-147 бет.
		Жалпы сағаттар:	120	22	30	20	48		