

«ПРЕСТИЖ» АЛМАТЫ КОЛЛЕДЖІ

БЕКІТЕМІН

Директор

« 15 »

05

Мун Г.А.

2023ж.



Пән/ модуль / кәсіптік практика бойынша жұмыс оқу бағдарламасы

Маркетинг

(Модуль немесе пән атауы)

Мамандық

04140100-«Маркетинг (салалар бойынша)»;

(Коды және атауы)

Біліктілік

4S04140103-«Маркетолог»

(Коды және атауы)

Оқыту формасы

_____ күндізгі _____ орта білім базасында

Жалпы сағат саны

_____ 168 , кредит _____ 7

Әзірлеуші

(Қолы)

Маметжанова Г.Х.

(аты жөні)

түсіндірме жазба

Пәннің сипаттамасы

Пән бойынша нақты жұмыс оқу бағдарламасы» Маркетинг«Техникалық және кәсіптік білім беру ұйымдарында кредиттік оқыту технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидалары» Қазақстан Республикасы Білім министрінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 75 бұйрығына сәйкес әлеуметтік-экономикалық бағытта әзірленді. ,орта білімнен кейінгібілім беру» және Қазақстан Республикасы Білім министрінің 2023 жылғы 6 қаңтардағы No 1 «Техникалық және кәсіптік, білім беру ұйымдары үшін жалпы білім беретін пәндер циклі немесе модулі бойынша үлгілік оқу бағдарламаларын бекіту туралы» бұйрығына өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралыорта білімнен кейінгіБілім беру» әлеуметтік-экономикалық мәселелері бойыншамамандық бағыты**04140100-«Маркетинг (салалар бойынша)»; 4S04140103-**"Маркетолог"

Пәнді оқу мақсатыПәнді меңгеру нәтижесінде студент мыналарды білуі керек:

- маркетингтің негізгі категорияларын тәжірибеде қолдану;
- нарық сегменттерін анықтау;
- маркетингтік зерттеулер жүргізу, оның нәтижелерін талдау және маркетингтік шешімдер қабылдау;
- тұтынушыларға сауалнама жүргізу;
- өнімнің өмірлік циклін және маркетинг мақсаттарын анықтау;
- маркетингтің ерекшеліктерін ескеру (салалар бойынша);
- маркетингтік орта факторларын зерттеу және талдау, маркетингтік шешімдер қабылдау;
- сатып алушылардың мінез-құлқын бағалау.

Пәнді меңгеру нәтижесінде студент білуі керек:

- нарықтық экономика концепциялары және маркетингтің даму тарихы;
- маркетингтің принциптері мен функциялары;
- маркетингтегі стратегиялық жоспарлаудың мәнін;
- маркетинг ерекшеліктері бар өнімдердің өмірлік циклінің кезеңдері (салалар бойынша);
- маркетингтік зерттеу әдістері;
- маркетингтік ортаның факторлары;
- сегменттеу критерийлері мен принциптері, тауарды нарықта орналастыру жолдары;
- тұтынушылық мінез-құлық үлгісі;
- жаңа өнімді әзірлеу стратегиясы;
- тауар айналымының сипаты мен мақсаты, делдал түрлері;
- баға стратегиялары мен баға белгілеу әдістері;
- маркетингтік коммуникацияның мақсаттары мен құралдары;
- жарнамалық қызметтің негіздері.

Құзыреттілік қалыптасады

Жақсы" Маркетинг" оқушылардың құндылық бағдарларын, коммуникативті дағдыларды, этикалық нормаларды және оқушылардың мінез-құлық көзқарастарын қалыптастыруға ықпал етеді.

- Болашақ мамандығыңның мәні мен әлеуметтік мәнін түсіну, оған тұрақты қызығушылық таныту;
- өз қызметін ұйымдастыру, кәсіби тапсырмаларды орындаудың стандартты әдістері мен әдістерін таңдау, олардың тиімділігі мен сапасын бағалау;
- Стандартты және стандартты емес жағдайларда шешім қабылдау және олар үшін жауапты болу;
- Топта және командада жұмыс істеу, әріптестермен, басшылықпен, тұтынушылармен тиімді қарым-қатынас орнату;
- Топ мүшелерінің (бағыныштылардың) жұмысына, тапсырмаларды орындау нәтижесіне жауапкершілікпен қарау;
- кәсіби және тұлғалық даму міндеттерін өз бетінше анықтау, өз бетінше білім алумен айналысу, біліктілігін арттыруды саналы түрде жоспарлау;
- мәдениетаралық және этникалық ерекшеліктерді ескере отырып, тұлғааралық қарым-қатынас, адамдар арасындағы өзара әрекеттесу мәдениетін дамыту, психологиялық байланыстар орнату.

Қосулыққыдыкурс" Маркетинг " 168 қарастырылғансағат, оның ішінде теориялық – 30уақытов, практикалық – 42 сағат, SRSP 34 сағатжәне 48CPS сағаттары.Ал курстық жұмысқа 14 сағат	
Постреквизиттер - Бухгалтерлік есеп негіздері; - Ұйымдастыру жәнесалалық технология және т.б.	
Пререквизиты Экономика негіздері Бизнес негіздері	
Қажетті оқу құралдары, құрал-жабдықтар Негізгі: 1. Қазақстан Республикасының 1995 жылғы 30 тамыздағы Конституциясы 2. Кәсіпорын және кәсіпкерлік қызмет туралы заң. 3. КотлерF. Маркетинг негіздері, қайта қаралған М .: Проспект 2020. 4. Калюжнов Н.Л.,ЯкобсоваА.Л. Маркетинг: жалпы курс, 2018. 5. Леонтьева И.А., Маркетинг және менеджмент негіздері/ оқу құралы, Астана: Томе, 2015 ж, 320 бет. 6. Алтыбаев Б.А., ИстаеваА.А., Маркетинг негіздері / оқу құралы, Алматы: Экономика, 2020. Интерактивті тақта; 7. мультимедиялық проектор; 8. Дербес компьютер, ноутбук, смартфон; 9. Оқу бейнебаяндары, аудиожазбалар, презентациялар; 10. Ұлттық білім беруді ақпараттандыру орталығыhttp://www.nci.kz 11. Қазақстан Ұлттық электронды кітапханасы (ҚазҰЭК)-www.kazneb.kz 12. Білім беру платформасы: «Bilim media Group» https://bilimland.kz 13. OKULYK KZ электронды оқулықтар: https://www.okulyk.kz/	
Мұғалімнің байланыс ақпараты: Маметжанова Г.Х. Аты жони Тел.: +77079141286 электрондық пошта ergul_77@mail.ru	:

Семестр бойынша сағаттарды бөлу

тәртіп/ модуль коды және аты	Модульдегі жалпы сағаттар	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
Маркетинг									
Барлығы:	168			36	36	38	58		
Пән/модуль бойынша оқытудың жалпы сомасы	168			36	36	38	58		

Жұмыс оқу жоспарының мазмұны

	Бөлімдер/ оқу нәтижелері	Тақырыптар/ Критерийлері болып табыладыпкі	Жалпы сағаттар	соның ішінде				Сабақтың түрі	Есептелген тапсырмала р
				теория кал	Зертхана лық және практика лық	Өздік жұмысоқуғ а баруастын дакөшбасш ы- бірге үйретеді- бұзау	Өзіндік жұмысты оқыту бәрі		
			168	отыз	42	34+14	48		
	1-бөлім Маркетингті басқару процесі								
1	Білу: Қазақстан Республикасы Конституциясының негізгі ережелері, – нарықтық экономика концепциялары және	Маркетингті басқару процесі	2	2				Білім мен іс- әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	[2] в.3-7
2	маркетингтің даму тарихы; – маркетингтің принциптері мен функциялары; маркетингтегі стратегиялық жоспарлаудың мәнін;	Маркетингтің пайда болуы мен дамуының экономикалық алғы шарттары.	2				2	Білім мен іс- әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	[2] в. 8-11
3	маркетингтік ерекшеліктері бар өнімнің өмірлік циклінің кезеңдері (салалар бойынша); әдістерімаркетингтік зерттеулер; сегменттеу	Маркетингтің негізгі түсініктері.	2	2				Білім мен іс- әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	1. [2] в. 11-12
4	критерийлері мен принциптері, нарықта тауарларды орналастыру тәсілдері; – тұтынушылық	Маркетингтің принциптері мен функциялары, көлеміне байланысты маркетинг түрлері, маркетинг -араластырыңыз.	2		2				2.

5	мінез-құлық үлгісі; табиғаты мен мақсатытауар айналымы, жаңа өнімді игерудегі делдал стратегиясының түрлері; баға стратегиялары мен баға белгілеу әдістері; – маркетингтік коммуникацияның мақсаттары мен құралдары; жарнаманың негіздері. - мақсаткәсіпорынның жұмыс істеуі, - кәсіпорынның өндірістік сипаттамасы және ұйымдық құрылымы; - негізгі кезеңдеріішкі корпоративтік жоспарлау; ,реттеуші құқықтық қатынастаркәсіби қызмет процесі; қажетті нормативтік құжаттарды пайдалану; азаматтық, азаматтық іс жүргізу және еңбек заңнамасына сәйкес өз құқықтарын қорғауға;	Республика кәсіпорындарының, фирмаларының, ұйымдарының қызметінде маркетингті қажетті зерттеу, енгізу және дамыту.	2				2	Оқу және бастауышбілімді есте сақтаужәне жолдары Іс-шаралар	[2] 6.12-14
6		Маркетингтің даму проблемалары мен болашағы.	2			2			
7		Ақпараттық дәуірдегі маркетингтің даму ерекшеліктері.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	[2] 6.14-19
8		Мүмкіндіктер нарығын талдау. Мақсатты нарықтарды таңдау:	2	2				Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.19-20
9		Нарықты сегменттеу, өнімді позициялау.	2		2				
		Бөлім2.Жүйе маркетингтік ақпарат және маркетингтік зерттеулер.							
10		Маркетингті басқару процесі	2	2		2		Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.20-32
11		Өнімді және нарықты дамыту торы	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.33-35
12		Фирманың нарықтық мүмкіндіктерін, мақсаттарын және ресурстарын бағалау	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.60-61
13		Өнімді позициялау және нарықтар схемасы	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.35-39
14		Маркетинг кешенінің негізгі элементтері: баға, өнім, ынталандыру әдістері, тарату әдістері.	2	2				Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.55-58
15		Маркетингті ұйымдастыру тәсілдері.	2		2				

16		Маркетингтік ақпараттық жүйе түсінігі, маркетингтік ақпараттың классификациясы.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	[2] 6.58-60
17		Маркетингтік ақпарат жүйесінің құрамдас бөліктері. Ақпарат жинау әдістері	2				2	Өздік жұмыс	Пайда болжамын жасаңыз
18		Міндетті тест №1	2	2				Өздік жұмыс	Келісімшарт тармен жұмыс
19		Маркетингтік зерттеулердің кезеңдері, оларды жүзеге асыру, маркетингтік зерттеулерді тұжырымдау және жобалау.	2		2			Өздік жұмыс	
20		Кәсіпорынның қызмет етуінің маркетингтік ортасының түсінігі, оның құрамдас бөліктері.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	Келісімшарт тармен жұмыс

21		Ішкі ортаны зерттеу және компанияның әлеуетін талдау: өндіру, тарату,	2				2	Өздік жұмыс.	Жұмыск елісім-шарттар мен
22		Басқару, қаржы, жоғарылату, басқарудың ұйымдық құрылымы.	2		2				
23		Микроорта және оның компоненттері:	2	2				Өздік жұмыс	Келісім шарттар мен жұмыс
24		Бәсекелестердің, жеткізушілердің, делдалдардың түрлері.	2		2				
25		Фирма қызметінің макроортасы және оның негізгі факторлары: демографиялық, экономикалық, табиғи, ғылыми-техникалық, саяси, мәдени.	2				2	Өздік жұмыс	Келісім шарттар мен жұмыс
26		Қазақстан Республикасындағы макроортаның ерекшеліктері.	2		2				

27		Сатушылар мен сатып алушылардың мүдделері, мақсаттары мен маркетинг жүйесі.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	1. 170-190 беттер
28		Сатып алушы тарапынан сатып алудың мүдделері мен мақсаттары. Сатып алу мен сатудың мүдделері мен мақсаттары. Маркетинг жүйесінің негізгі мақсаттары.	2	2				Жаңа білім мен іс-әрекет әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	1., 193-206 беттер
		3-бөлім. Нарықты сегменттеу.							
29		Кәсіпкерлік саласында, халықаралық аренада, коммерциялық қызмет саласында маркетинг жүйесінің таралуының негізгі факторлары.	2	2				Жаңа білім мен іс-әрекет әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	Аннотац ия
отыз		Тұтынушының мінез-құлқын зерттеу. Сатып алудың мінез-құлық үлгілері.	2				2	Жаңа білім мен іс-әрекет әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	[1] в.8-14
31		Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі.	2		2				
32		Сатып алушының тауарды қабылдау процесі – жаңалықтар. Тұтыну мәдениеті және оның құрамдас бөліктері.	2	2				Жаңа білім мен іс-әрекет әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	Аннотац ия
33		Шетелде және Қазақстан Республикасында тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы Қазақстан Республикасының заңнамасының негіздері.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	Аннотац ия
34		Іскерлік нарық пен тұтыну нарығының айырмашылығы.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[2] 6.91-93
35		Өнеркәсіптік тауарлар нарығы.	2		2				
36		Міндетті тест No2	2				2	Жаңа білім мен іс-әрекет	[3] 259-262

								әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	
37		Нақты, тиімсіз минимум таңдау тұжырымдамасы.	2		2				
38		Ассортименттің сапасының, санының максималды өсуі, тауардың өзіндік құнының болуы.	2		2				
39		Нарықты сегменттеу. Мақсатты нарық сегменттерін таңдау.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[2] 268-271
40		Тұтыну нарығын сегменттеу принциптері Нарықты сегменттеудің графикалық, демографиялық, психологиялық принципі, сипаттамалары.	2		2				
41		Нарықты қамту стратегиясын таңдау. Нарықтағы тауардың орналасуы, оның жолдары.	2				2	Жаңа білім мен іс-әрекет әдістерін зерделеу және алғашқы есте сақтау	[1] в.8-14
42		Нарықты қамтудың маркетингтік стратегиялары: сараланбаған, сараланған, шоғырланған.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	1., 193-206 беттер
43		Қазақстан Республикасындағы тауар нарықтарының саны және олардың құрылымы	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін тексеру, бағалау және түзету сабағы	Авторлық құқықпен жұмыс
44		Бәсеке ұғымы, Бәсеке саласындағы сұраныс пен ынталандыруды қалыптастыру.	2	2				Білім мен іс-әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	Авторлық құқықпен жұмыс
45		Бәсеке түрлері, ерекше, бағалық және ашық бәсекелестіктің белгілері, тұрақсыз нарықтық тепе-теңдік, тұрақты нарықтық тепе-теңдік.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	Авторлық құқықпен жұмыс
46		Жарыста өзін-өзі ұстау ережелері.	2	2				Білім мен іс-әрекет әдістерін кешенді қолдану	Авторлық

									құқықпен жұмыс
47		Белгілі бір нарық үлесінің бәсекелестік күресіндегі рөлдері. Көшбасшы.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Авторлық құқықпен жұмыс

		Бөлім 4. Маркетинг кешенін әзірлеу.							
48		Өнім. Өнімді қабылдау деңгейлері	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Авторлық құқықпен жұмыс
49		Тауарларды жіктеу түрлері.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[2] – 34-38 беттер.
50		Тауар саясаты, тауар белгісі, орау және таңбалау.	2	2					[2] – 151-168 беттер.
51		Өнім ассортименті, қызмет көрсету. Өнімнің даму кезеңдері. Өнімнің өмірлік циклінің қисықтары.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	
52		Тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету жүйесіндегі стандарттау және сертификаттау. Қызметтік маркетинг.	2	2				Білім мен іс-әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	[1] – 285-304 беттер
53		Бағаның қалыптасу кезеңдері және баға деңгейіне әсер ететін факторлар.	2		2			Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 304-337 беттер.
54		Тауардың бастапқы бағасын белгілеу кезеңдері. Баға құру мәселелерінің мәлімдемесі.	2	2			Білім мен іс-әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау		
55		Міндетті тест №3	2			2			
56		Жаңа өнімдерге баға белгілеу әдістері. Баға белгілеу әдістемесін таңдау. Жаңа өнімнің бағасын белгілеу.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 352-368 беттер.
57		Баға белгілеу әдістемесін таңдау. Жаңа өнімнің бағасын белгілеу.	2			2			

58	икемді және икемді емес сұраныс.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 368-377 беттер.
59	Бағаның негізгі ойлары, шығынсыз диаграмма, баға мен сапа үшін оң кодты 9 маркетингтік стратегия нұсқалары	2			2			
60	Жаңа тауарға бағаны белгілеу, бағаны географиялық негізде белгілеу,	2			2			
61	Кремді сүзу стратегиясы, нақты іске асыру стратегиясы,	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін зерттеу және алғашқы есте сақтау	
62	Жеңілдіктер, жеңілдіктер түрлері, дискриминациялық бағалар, бағаның өзгеруі және оның факторлары.	2			2			
63	Жеңілдіктердің 5 түрін ұсынады.	2				2	Өздік жұмыс	[1] – 378-414 беттер.
	Бөлім. 5. Маркетингтің өткізу функциясы.							
64	Мерчандайзинг туралы түсінік. Тауар айналымының сипаты мен мақсаты. Тауар қозғалысын ұйымдастыру.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 417-426 беттер.
65	Делдалдар мен тарату және маркетинг арналарының маңызы.	2			2			
66	Кәсіпорынның қаржылық ресурстары және қаржылық жоспары.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 426-453 беттер.
67	Қаржылық жоспардың негізгі көрсеткіштерін есептеу	2				2	Өздік жұмыс	Аннотация
68	Таза табысты есептеу, табыстылық көрсеткіштерін есептеу.	2				2	Өздік жұмыс	

69		Курстық жұмыс	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 454-474 беттер.
70		Курстық жұмыс	2			2		Өздік жұмыс	
71		Курстық жұмыс	2			2		Өздік жұмыс	[1] – 165-188 беттер.
72		Курстық жұмыс	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Аннотация
73		Курстық жұмыс	2			2		Өздік жұмыс	
74		Курстық жұмыс	2			2		Өздік жұмыс	[1] – 475-477 беттер.
75		Курстық жұмыс	2			2		Өздік жұмыс	[1] – 477-486 беттер.
76		FOSTIS түсінігі, оның құрамдас бөліктері және құралдары. .. Жарнама тарату арналары мен құралдары.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	[1] – 486-490 беттер.
77		Маркетингтік коммуникация – FOSTIS негізгі қызметі	2				2	Өздік жұмыс	
78		Маркетингтік коммуникацияның мақсаты мен құралдары: жарнама, өткізуді ынталандыру, үгіт-насихат, тікелей өткізу әдісі.	2				2	Өздік жұмыс	[1] – 523-529 беттер.
79		Жарнамалық әрекет	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Аннотация
80		Жарнаманың түрлері.	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	
81		Жарнамалық бюджет.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Есеп шығару
82		Жарнама туралы заңнама.	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Есеп шығару
83		Жарнамалық бюджет. Жарнама ережелері	2				2	Білім мен іс-әрекет әдістерін жетілдіру	Есеп шығару

84		Міндетті тест No 4	2			2		Білім мен іс-әрекет әдістерін тексеру, бағалау және түзету сабағы	Есеп шығару
	Барлығы		168	отыз	42	48	48		