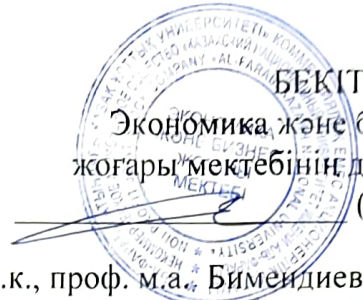


әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Экономика және бизнес жоғары мектебі

«Бизнес-технологиялар» кафедрасы

БЕКТЕМІН  
Экономика және бизнес  
жоғары мектебінің деканы  
(колы)



э.ғ.к., проф. м.а. Бимендиева Л.А.

" 22 " 01. 09. 2023 ж.

## ПӘННІҢ ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК КЕШЕНІ

### 91745 Маркетингті стратегиялық басқару

( пәннің коды, атауы)

#### «8D04111 -Маркетинг»

(Білім беру бағдарламасының атауы және коды)

Курс – 1

Семестр – 1

Кредит саны – 5


Алматы 2023 ж.

ПОӘК құрылған: Сартова Р.Б., э.ғ.к., қауымдастырылған профессор (доцент)

(дайындалған - А.Ж.Т., лауазымы, дәрежесі және атағы)

«Бизнес-технологиялар» кафедрасының мәжілісінде қарастырылған және ұсынылған

« 01 » 09 2023 ж., хаттама № 1

Кафедра меңгерушісі, э.ғ.к., професор м.а.  Ахметова З.Б.  
(қолы)

Пәннің ID және атағы

**СИЛЛАБУС**  
**2023-2024 оқу жылының күзгі семестрі**  
**«8D04111 -Маркетинг» білім беру бағдарламасы**

Пәннің ID және атауы	Білім алушының өзіндік жұмысын (ДӨЖ)	Кредиттер саны			Кредиттерлі жалпы саны	Оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы (ОДӨЖ)
		Дәрістер (Д)	Семинар сабақтар (СС)	Зерт. сабақтар (ЗС)		
91745 Маркетингі стратегиялық басқару	4	1,7	3,3	-	5	7

**ПӘН ТУРАЛЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ АҚПАРАТ**

Оқыту түрі	Циклы, компоненті	Дәріс түрлері	Семинар сабақтарының түрлері	Қорытынды бақылаудың түрі мен платформасы
<i>Онлайн</i>	профильный	классикалық, түсіндіру, зерттеу, визуализация, интерактивті	пікірталас, презентация, сараптамалық қорытынды, іс-әңгімелесу, интерактивті сабақ, кеңес беру, зерттеу	Универ жүйесіндегі жазбаша
<b>Дәріскер (лер)</b>	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымд. профессор (доцент)			
<b>e-mail:</b>	sartova2010@mail.ru			
<b>Телефоны:</b>	раб. 221- 1396			
<b>Ассистент (гер)</b>	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымд. профессор (доцент)			
<b>e-mail:</b>	sartova2010@mail.ru			
<b>Телефоны:</b>	раб. 221- 1396			

**ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ**

Пәннің мақсаты	Оқытудан күтілетін нәтижелер (ОН)*	ОН кол жеткізу индикаторлары (ЖИ)
докторанттарда ғылыми негіз ғылыми тәсілдер арқылы маркетингі стратегиялық басқару және оларды әзірлеу әдістері қалыптастыру	<b>ОН 1</b> - ғылыми тәсілдер мен оларды әзірлеу әдістері негізінде маркетингі стратегиялық басқару әдіснамасын түсіндіру;	1.1 1.маркетингі стратегиялық басқару терминдерін түсіну;
		1.2.маркетингі басқаруға арналған компоненттердің ерекшеліктерін анықтау ;
		1.3 маркетингінің стратегиялық жоспарының архитектурасын және оның корпоративтік стратегиямен байланысын түсіну
	<b>ОН 2</b> – маркетингінің стратегиялық менеджментінде маркетингілік талдау құралдарын қолдану мүмкіндіктерін бағалау;	2.1 маркетингілік талдау құралдарын қолданудың маңыздылығын түсіну;
		2.2. сыртқы маркетингілік ортаның құрылымын анықтаңыз;
		2.3 тиімді маркетингілік қызметтің шарттарын түсіну ;
	<b>ОН 3</b> – стратегиялық маркетингі басқарудың тиімділігін бағалау үшін стратегиялық және ағымдағы жоспарлау әдіснамасын қолдану;	3.1 маркетингі басқарудағы стратегиялық және ағымдағы жоспарлау кезеңдерін анықтаңыз;
		3.2 нарықты сегменттеу, мақсатты сегменттерді

		таптау, орналастыру, қайта анықтаңыз; 3.3 стратегиялық маркетингтік негізгі ерекшеліктерін ажырату;
	<b>ОН 4</b> - корпоративтік, функционалдык және аспаптык деңгейлерде маркетингтің стратегиялық бағыттарын әзірлеу;	4.1 стратегиялық функционалдык портфельдік стратегияларды айқындау; 4.2 тауар саясатындағы стратегиялық шешімдерді анықтау; 4.3 тарату арналарын басқару сатыларын жіктеу;
	<b>ОН 5</b> - акпараттағынын басқару ғылымы ретінде маркетингтік зерттеу әдістемесін меңгеру.	5.1 докторанттың зерттеу тақырыбына катысты 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;
<b>Пререквизиттер</b>	7201 Маркетингтік зерттеулер әдістемесі, 7303 Ғылыми зерттеулер өнері, 7303 Маркетингтік жобаларды басқару	
<b>Постреквизиттер</b>	75090 Докторлық диссертацияны орындау 90360 Ғылыми семинар	
<b>Оқу ресурстары</b>	<p><b>Әдебиет:</b> негізгі, қосымша.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Быкова Н.В., Кисула В.В., Конев П.А., Никитина Т.Е., Новак Л.В. Маркетинг: учебно-методическое пособие. –Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука". 2018. – 294с</li> <li>2. Миронова Д.Ю., Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 83 с.</li> <li>3. Методология и методика социологических и маркетинговых исследований: учебно-методическое пособие / Сост. Т.А. Пичугина. - Ижевск: ГОУ ВПО «Удмуртский университет», 2019. -86 с.</li> <li>4. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. — М. 2017, — 414 с.</li> <li>5. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник / Голубков, Е. П. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2018. - 496 с.;</li> <li>6. Методология форсайтных исследований и международный бизнес: потенциальные возможности восстановления после кризиса: метод. пособие / Мамраев, Б. Б.Акимбаева, А. М. [и др.]. - Усть-Каменогорск: ВКГУ им. С. Аманжолова, 2019. - 124 с.</li> </ol> <p><b>Интернет-ресурстар</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://elibrary.kaznu.kz/ru">http://elibrary.kaznu.kz/ru</a></li> <li>2. <a href="https://open.kaznu.kz/courses/course-v1:KazNU+C1+2019-2020/about">https://open.kaznu.kz/courses/course-v1:KazNU+C1+2019-2020/about</a></li> <li>3. <a href="https://pll.harvard.edu/course/digital-marketing-strategy-0?delta=9">https://pll.harvard.edu/course/digital-marketing-strategy-0?delta=9</a></li> </ol>	

Стратегиялық  
жоспардың  
басқару дағды  
қалыптатуының  
мақсатына  
бағытталған  
активті  
жүйесі

Пәннің академиялық саясаты әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Академиялық саясатымен және академиялық адалдық Саясатымен айқындалады.

Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.

**Ғылым мен білімнің интеграциясы.** Студенттердің, магистранттардың және докторанттардың ғылыми-зерттеу жұмысы – бұл оқу үдерісінің тереңдетілуі. Ол тікелей кафедраларда, зертханаларда, университеттің ғылыми және жобалау бөлімшелерінде, студенттік ғылыми-техникалық бірлестіктерінде ұйымдастырылады. Білім берудің барлық деңгейлеріндегі білім алушылардың өзіндік жұмысы заманауи ғылыми-зерттеу және ақпараттық технологияларды қолдана отырып, жаңа білім алу негізінде зерттеу дағдылары мен құзыреттіліктерін дамытуға бағытталған. Зерттеу университетінің оқытушысы ғылыми-зерттеу қызметінің нәтижелерін дәрістер мен семинарлық (практикалық) сабақтар, зертханалық сабақтар тақырыбында, сессияларда көрініс табатын және оқу сабақтары мен тапсырмалар тақырыптарының өзектілігіне жауап беретін ОБӨЗ, БӨЗ тапсырмаларына біріктіреді.

**Сабаққа қатысуы.** Әр тапсырманың мерзімі пән мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Мерзімдерді сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі.

**Академиялық адалдық.** Практикалық/зертханалық сабақтар, БӨЖ білім алушының дербестігін, сыни ойлауын, шығармашылығын дамытады. Плагиат, жалғандық, шпаргалка пайдалану, тапсырмаларды орындаудың барлық кезеңдерінде көшіруге жол берілмейді. Теориялық оқыту кезеңінде және емтихандарда академиялық адалдықты сақтау негізгі саясаттардан басқа «Қорытынды бақылауды жүргізу Ережелері», «Ағымдағы оқу жылының күзгі/көктемгі семестрінің қорытынды бақылауын жүргізуге арналған Нұсқаулықтары», «Білім алушылардың тестілік құжаттарының көшіріліп алынғаны тексеру туралы Ережесі» тәрізді құжаттармен регламенттеледі.

**Инклюзивті білім берудің негізгі принциптері.** Университеттің білім беру ортасы гендерлік, нәсілдік/этникалық тегіне, діни сенімдеріне, әлеуметтік-экономикалық мәртебесіне, студенттің физикалық денсаулығына және т.б. қарамастан, оқытушы тарапынан барлық білім алушыларға және білім алушылардың бір-біріне әрқашан қолдау мен тең қарым-қатынас болатын қауіпсіз орын ретінде ойластырылған. Барлық адамдар құрдастары мен курстастарының қолдауы мен достығына мұқтаж. Барлық студенттер үшін жетістікке жету, мүмкін емес нәрселерден гөрі не істей алатындығы болып табылады. Әртүрлілік өмірдің барлық жақтарын күшейтеді.

Барлық білім алушылар, әсіресе мүмкіндігі шектеулі жандар, телефон/e-mail 87078417481/sartova2010@mail.ru\_ немесе MS Teams-тегі бейне байланыс арқылы кеңестік көмек ала алады.

**МООС интеграциясы (massive openline course).** МООС-тың пәнге интеграциялануы жағдайында барлық білім алушылар МООС-қа тіркелуі қажет. МООС модульдерінің өту мерзімі пәнді оқу кестесіне сәйкес қатаң сақталуы керек.

**Назар салыңыз!** Әр тапсырманың мерзімі пәннің мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген, сондай-ақ МООС-та көрсетілген. Мерзімдерді сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі.

**БІЛІМ БЕРУ, БІЛІМ АЛУ ЖӘНЕ БАҒАЛАНУ ТУРАЛЫ АҚПАРАТ**

Оқу жетістіктерін есептеудің баллдық-рейтингтік әріптік бағалау жүйесі				Бағалау әдістері
Баға	Баллдардың сандық баламасы	% мәндегі баллдар	Дәстүрлі жүйедегі баға	<p><b>Критериялы бағалау</b> – айқын әзірленген критерийлер негізінде оқытудың нақты қол жеткізілген нәтижелерін оқытудан күтілетін нәтижелерімен ара салмақтық процесі. <b>Формативті және жиынтық бағалауға</b> негізделген.</p> <p><b>Формативті бағалау</b> – күнделікті оқу қызметі барысында жүргізілетін бағалау түрі. Ағымдағы көрсеткіш болып табылады. Білім алушы мен оқытушы арасындағы жедел өзара байланысты қамтамасыз етеді. Білім алушының мүмкіндіктерін айқындауға, қиындықтарды анықтауға, ең жақсы нәтижелерге қол жеткізуге көмектесуге, оқытушының білім беру процесін уақтылы түзетуге мүмкіндік береді. Дәрістер, семинарлар, практикалық сабақтар (пікірталастар, викториналар, жарыссөздер, дөңгелек үстелдер, зертханалық жұмыстар және т.б.) кезінде тапсырмалардың орындалуы, аудиториядағы жұмыс белсенділігі бағаланады. Алынған білім мен құзыреттілік бағаланады.</p>
A	4,0	95-100	Өте жақсы	
A-	3,67	90-94		
B+	3,33	85-89	Жақсы	

				Жиынтық бағалау – пән бағдарламасына сәйкес зерделеу аяқталғаннан кейін жүргізілетін бағалау түрі орындаған кезде семестр ішінде 3-4 рет өткізіледі. оқытудан күтілетін нәтижелерін игеруді дескрипторлар арақатынаста бағалау. Белгілі бір кезеңдегі пәнді меңгеру деңгейін анықтауға және тіркеуге мүмкіндік береді. Оқу нәтижелері бағаланады.	
B	3.0	80-84		<b>Формативті және жиынтық бағалау</b> Оқытушы бағалаудың өз түрлерін енгізеді немесе ұсынылған нұсқаны қолданады	% мәндегі баллдар Оқытушы өзінің баллдарға бөлуін күнтізбеге (кестеге) сәйкес пункттерге енгізеді. <u>Емтихан және пән бойынша қорытынды балл өзгермейді.</u>
B-	2.67	75-79		Дәрістердегі белсенділік	5
C+	2.33	70-74		Практикалық сабақтарда жұмыс істеуі	20
C	2.0	65-69	Қанағаттанарлық	Өзіндік жұмысы	25
C-	1.67	60-64		Жобалық және шығармашылық қызметі	10
D+	1.33	55-59	Қанағаттанарлықсыз	Қорытынды бақылау (емтихан)	40
D	1.0	50-54		ЖИЫНТЫҒЫ	100
FX	0.5	25-49			
F	0	0-24			

Оқу курсының мазмұнын іске асыру күнтізбесі (кестесі). Оқытудың және білім берудің әдістері.

Аптасы	Тақырып атауы	Сағат саны	Макс. балл
<b>1-Модуль маркетингі стратегиялық басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамалары</b>			
1	<b>Классикалық дәріс 1.</b> Маркетингі стратегиялық басқарудың теориялық және әдіснамалық аспектілері мен компоненттері	1	
	<b>Әңгімелесу – семинарлық сабақ.</b> Маркетингі стратегиялық басқарудың ғылыми аспектілері мен компоненттерін анықтау	2	10
2	<b>Түсіндіру дәріс 2.</b> Сыртқы маркетингік орта және тиімді маркетингік қызмет шарттары	1	
	<b>Әңгімелесу – семинарлық сабақ</b> Сыртқы маркетингік ортаның құрылымын және тиімді маркетингік қызметтің шарттарын анықтау	2	10
	<b>ДӨЖ 1. ДӨЖ 1:</b> іске асыру бойынша кеңес беру 1,2,3 тақырыптар бойынша тестілеуден өту		
3-4	<b>Визуализация дәріс 3.</b> Маркетингік стратегиялық жоспарының архитектурасы және оның корпоративтік стратегиямен байланысы	1	
	<b>Әңгімелесу – семинарлық сабақ.</b> Маркетингік стратегиялық жоспарының архитектурасы және оның корпоративтік стратегиямен байланысы	2	10/10
	<b>ДӨЖ 2. ДӨЖ 1:</b> қабылдау 1,2,3 тақырыптар бойынша тестілеуден өту		30
5	<b>Түсіндіру дәріс 4.</b> Маркетингі басқарудағы стратегиялық және ағымдағы жоспарлау	1	
	<b>Пікірталас – семинарлық сабақ</b> Маркетингі басқарудағы стратегиялық және ағымдағы жоспарлау кезеңдерін анықтау	2	10
	<b>ОДӨЖ 3: ДӨЖ 2</b> енгізу бойынша кеңес беру Тақырып бойынша бақылау жұмыс: Маркетингі стратегиялық басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамалары		
6-7	<b>Классикалық дәріс 5.</b> Маркетингік стратегиялық менеджментіндегі маркетингік талдау модельдері	1	
	<b>Пікірталас – семинарлық сабақ.</b> Маркетингік стратегиялық менеджментіндегі маркетингік талдаудың негізгі бағыттарын анықтау	2	10/10
<b>Аралық бақылау 1</b>			<b>100</b>
<b>2-Модуль маркетингі басқарудағы стратегиялық талдау әдістері</b>			
8	<b>Визуализация дәріс 6</b> Корпоративтік деңгейдегі маркетингік стратегиялық басқару: портфельдік стратегиялар	1	
	<b>Әңгімелесу – семинарлық сабақ</b> Портфолио стратегиясын анықтау	2	8

...на сәйкес б...  
...рет өткізіледі.  
...менгерушісінің  
...пәнді менгеру  
...береді. Осу

	<b>Интерактивті дәріс 7.</b> Стратегиялық маркетингті функционалды деңгейде басқару: нарықты сегментациялау, мақсатты сегменттерді таңдау, орналастыру және қайта орналастыру	1		
	<b>ОДӨЖ 4: ДӨЖ 2</b> қабылдау Тақырып бойынша бақылау жұмыс: Маркетингті стратегиялық басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамалары	2	8	<b>20</b>
	<b>Пікірталас – семинарлық сабақ</b> . Нарық сегментациясын анықтау, мақсатты сегменттерді таңдау, орналастыру және қайта орналастыру			
	<b>ОДӨЖ 5: ДӨЖ 3, ДӨЖ 4</b> орындау бойынша кенес Маркетингтік зерттеулер: мазмұны және ұйымдастырылуы	1		
10	<b>Түсіндіру дәріс 8.</b> Аспаптық деңгейдегі маркетингті стратегиялық басқару: өнімді басқару. Тауар саясатындағы стратегиялық шешімдер	2	8	
	<b>Интерактивті - семинарлық сабақ</b> Тауар саясатындағы стратегиялық шешімдерді анықтау	1		
11	<b>Түсіндіру дәріс 9.</b> Стратегиялық маркетингті аспаптық деңгейде басқару: тарату арналарын басқару	2	8	
	<b>Пікірталас – семинарлық сабақ</b> Тарату арналарын басқару кезеңдерін анықтау	1		
12	<b>Визуализация дәріс 10.</b> Стратегиялық маркетингті аспаптық деңгейде басқару: коммуникациялық маркетинг құралдарын басқару	2	8	
	<b>Әңгімелесу – семинарлық сабақ</b> Коммуникациялық маркетинг құралдарын басқару кезеңдерін анықтау			<b>20</b>
	<b>ОДӨЖ 6: ДӨЖ 3</b> қабылдау Тақырып бойынша бақылау жұмыс: Маркетингті басқарудағы стратегиялық талдау әдістері			
<b>3-Модуль Маркетингтік зерттеулер ақпарат ағынын басқару ғылымы ретінде</b>				
13	<b>Классикалық дәріс 11.</b> Маркетингтік қызметті стратегиялық басқарудағы тиімділікті бақылау және бағалау	1		
	<b>Сараптамалық – семинарлық сабақ</b> Докторанттың зерттеу тақырыбына катысты маркетингтік қызметті стратегиялық басқарудағы тиімділікті бақылау және бағалау процесінің кезеңдерін әзірлеу	2	8	
14	<b>Интерактивті дәріс 12</b> Қоғамдық басқарудағы маркетингтік қызметті бағалау	1		
	<b>Сараптамалық – семинарлық сабақ.</b> Докторанттың зерттеу тақырыбына катысты көпшілік басқарудағы маркетингтік қызметті бағалау процесінің кезеңдерін әзірлеу катысты маркетингтік зерттеулерде ақпарат жинаудың сапалы әдістерін қолдану	2	8	
	<b>ОДӨЖ 7: ДӨЖ 4</b> қабылдау Тақырып бойынша бақылау жұмыс: Маркетингтік зерттеулер ақпарат ағынын басқару ғылымы ретінде			<b>20</b>
15	<b>Интерактивті дәріс 13.</b> Маркетингті стратегиялық басқарудағы коммуникациялық жүйені құру: өзара әрекеттесудің негізгі стратегиялары	1		
	<b>Презентация – семинарлық сабақ</b> Маркетингті стратегиялық басқарудағы коммуникациялық жүйенің ерекшеліктерін анықтау: өзара әрекеттесудің негізгі стратегиялары	2	8	
				<b>100</b>
<b>Аралық бақылау 2</b>				<b>100</b>
<b>Қорытынды бақылау (емтихан)</b>				<b>100</b>
<b>Пән үшін жиынтығы</b>				<b>100</b>

Декан, э.ғ.к., профессор м.а. \_\_\_\_\_

Биендиева Л.А.

Кафедра менгерушісі, э.ғ.к., қауымд. профессор \_\_\_\_\_

Ахметова З.Б.

Дәріскер, э.ғ.к., қауымд. профессор \_\_\_\_\_

Сартова Р.Б.

Сәт