

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Экономика және бизнес жоғары мектебі

«Бизнес-технологиялар» кафедрасы

БЕКІТЕМІН
Экономика және бизнес
жоғары мектебінің деканы
(колы)

э.ғ.к., проф. м.а. Бимендиева Л.А.

" 20 " 01 2023 ж.

ПӘННІҢ ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК КЕШЕНІ

96415 Маркетинг ғылымының әдіснамасы

(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., профессор м.а.  Ахметова З.Б.
(қолы)

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

Пәннің ID және атауы	Білім алушының өзіндік жұмысын (ДӨЖ)	Кредиттер саны			Кредиттердің жалпы саны	Оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы (ОДӨЖ)
		Дәрістер (Д)	Семинар сабақтар (СС)	Зерт. сабақтар (ЗС)		
96415 Маркетинг ғылымының әдіснамасы	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
Офлайн	профильный	классикалық, түсіндіру, зерттеу, визуализация.	Кейс,әңгімелесу, зерттеу, талдау	Универ жүйесіндегі дәстүрлі жазбаша емтихан
Дәріскер (лер)	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымд..профессор (доцент)			
e-mail:	sartova2010@mail.ru			
Телефоны:	раб. 221- 1396			
Ассистент (тер)	Сартова Рысты Бозманаевна – э.ғ.к., қауымд..профессор (доцент)			
e-mail:	sartova2010@mail.ru			
Телефоны:	раб. 221- 1396			

ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ

Пәннің мақсаты	Оқытудан күтілетін нәтижелер (ОН)*	ОН кол жеткізу индикаторлары (ЖИ)
докторанттарда маркетингтің әртүрлі мектептерінің әдістерін, аналитикалық құралдарын және оларды дамытудың ғылыми бағыттарын пайдалану негізінде қолданбалы маркетингтік зерттеу әдістемесін әзірлеу қабілетін дамыту	ОН 1 - маркетинг әдістемесінің негізгі ұғымдары мен категорияларын түсіндіру маркетингтің ғылыми мектептеріндегі ғылым	1.1 маркетинг ғылымының әдістемесі терминдерін түсінеді
		1.2. маркетингтің қалыптасу кезеңдері бойынша даму ерекшеліктерін анықтайды
		1.3 Маркетингті зерттеудің ғылыми тәсілдерін тарихқа сәйкес жіктейді
	ОН 2 – маркетингтің классикалық мектептерінің ерекшеліктерін олардағы ғылыми зерттеулерді дамытудың негізгі бағыттарына сәйкес талдау	2.1 маркетингтің функционалдык, институционалдык мектептері мен менеджмент мектептерінің дамуының негізгі бағыттарын түсінеді
		2.2 маркетингтің классикалық мектептерінің даму ерекшеліктерін ажыратады
		2.3 классикалық мектеп талдау құралдарын пайдалану мүмкіндіктерін бағалайды
	ОН 3 – ерекшеліктерін талдау қатысты шетелдік маркетинг мектептерінің дамуы маркетинг мәселелері мен жағдайларын зерттеу	3.1 есептердің құрылымын түсінеді
		3.2 Шетелдік маркетинг мектептерінің ішінде
		3.3 шетелдің даму ерекшеліктерін анықтайды

	<p>ОН 4 - маркетингтік зерттеу тақырыбына қатысты әдістемелік, аналитикалық құралдарды және бағдарламалық өнімдерді пайдалану мүмкіндіктерін бағалау</p> <p>ОН 5 - ғылыми әдістемелік жобалар бойынша мақалалар жазу сияқты жүйелік ойлау қабілеттерін дамыту зерттеу тақырыбы;</p>	<p>4.2 маркетинг анықтайды</p> <p>4.3 нақты тақырып бойынша зерттеу</p> <p>5.1 зерттеу сәйкес ғылымның бойынша калыптастырады</p> <p>5.2 жобаның нәтижелерін ұсынады</p> <p>5.3 жобаның нәтижелері бойынша мақала жариялайды</p>
Пререквизиттер	96410 Ғылыми зерттеудің әдістері 91703 Маркетинг жобаларды басқару	
Постреквизиттер	75090 Докторлық диссертацияны орындау 90360 Ғылыми семинар	
Оқу ресурстары	<p>Әдебиет: негізгі, қосымша.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Быкова И.В., Кисула В.В., Конев П.А., Никитина Т.Е., Новак Л.В. Маркетинг учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018. – 294с 2. Миронова Д.Ю., Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 83 с. 3. Методология и методика социологических и маркетинговых исследований: учебно-методическое пособие / Сост. Т.А. Пичугина. - Ижевск: ГОУ ВПО «Удмуртский университет», 2019. -86 с. 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. 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.; 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. <p>Интернет-ресурстар</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://elibrary.kaznu.kz/ru 2. https://open.kaznu.kz/courses/course-v1:KazNU+C1+2019-2020/about 3. https://pll.harvard.edu/course/digital-marketing-strategy-0?delta=9 	

Пәннің академиялық саясаты	<p>Пәннің академиялық саясаты әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Академиялық саясатымен және академиялық адалдық Саясатымен айқындалады.</p> <p>Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.</p> <p>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, силлабустарда көрініс табатын және оқу сабақтары мен тапсырмалар тақырыптарының өзектілігіне жауап беретін ОБӨЗ, БӨЗ тапсырмаларына біріктіреді.</p> <p>Сабаққа қатысуы. Әр тапсырманың мерзімі пән мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Мерзімдерді сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі.</p> <p>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 алынуын тексеру туралы Ережесі» тәрізді құжаттармен регламенттеледі.</p>
-----------------------------------	--

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 арқашан 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. Өртүрлілік өмірдің барлық жақтарын күшейтеді.

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

МООС интеграциясы (massive openlline 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		
A	4.0	95-100	Өте жақсы	<p>Критериялы бағалау – айқын әзірленген критерийлер негізінде оқытудың нақты қол жеткізілген нәтижелерін оқытудан күтілетін нәтижелерімен ара салмақтық процесі. Формативті және жиынтық бағалауға негізделген.</p> <p>Формативті бағалау – 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> <p>Жиынтық бағалау – пән бағдарламасына сәйкес бөлімді зерделеу аяқталғаннан кейін жүргізілетін бағалау түрі. БӨЖ орындаған кезде семестр ішінде 3-4 рет өткізіледі. Бұл оқытудан күтілетін нәтижелерін игеруді дескрипторлармен арақатынаста бағалау. Белгілі бір кезеңдегі пәнді меңгеру деңгейін анықтауға және тіркеуге мүмкіндік береді. Оқу нәтижелері бағаланады.</p>	
A-	3.67	90-94			
B+	3.33	85-89			
B	3.0	80-84		<p>Формативті және жиынтық бағалау Оқытушы бағалаудың өз түрлерін енгізеді немесе ұсынылған нұсқаны қолданады</p>	<p>% мәндегі баллдар Оқытушы өзінің баллдарға бөлуін күнтізбеге (кестеге) сәйкес пункттерге енгізеді. <u>Емтихан және пән бойынша қорытынды балл өзгермейді.</u></p>
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		Қорытынды бақылау (емтихан)	40
D	1.0	50-54		Жиынтығы	100
FX	0.5	25-49	Қанағаттанарлық ыз		
F	0	0-24			

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


Аптасы	Тақырып атауы	Сағат саны	Макс. балл
Модуль 1 – Маркетинг ғылымының даму әдістемесінің негіздері және маркетингтің классикалық мектептері			
1	Классикалық дәріс 1. Маркетингтің әдістемелік негіздері ғылым ретінде	1	
2	Семинар сабағы-әңгімелесу. Теорияның құрылымын анықтау және 2-дәріс – түсіндіру. Маркетингтің ғылым ретіндегі эволюциясы	2	10
3	Семинар сабағы-сауалнама. Шығу, қалыптасу кезеңдерін анықтау	1	
3	Классикалық дәріс 3 – визуализация. Маркетингтегі ғылыми қозғалыстарды дамыту	2	10
4	Семинар сабағы-сауалнама. Маркетингтің негізгі ғылыми бағыттарын анықтау	1	
4	4-дәріс – түсіндіру. Маркетингтің функционалдық және институционалдық мектебі	2	10
5	Семинар сабағы-әссе. Маркетингтің функционалдық мектебінің даму тарихын анықтау. Маркетингтің институционалдық мектебінің ерекшеліктерін анықтау	1	
5	ОДӨЖ 1. ДӨЖ 1: іске асыру бойынша кеңес беру – практикалық жағдайды зерттеу таңдалған зерттеу тақырыбына (жоба тапсырмасының бөлігі) қатысты маркетингтің классикалық мектептерінің даму бағыттарын зерттеу	2	10
5	Классикалық дәріс 5. Маркетинг менеджменті мектебі	1	
5	Семинар сабағы – пікірталас. Маркетингті басқару мектебінің даму бағыттарын анықтау	2	10
5	ОДӨЖ 2: ДӨЖ 1 қабылдау – жоба тапсырмасының бөлігі презентациясы «Классикалық маркетинг мектептерінің негізгі бағыттарын зерттеуге қатысты қорытынды таңдалған зерттеу тақырыбы»		30
Модуль 2 – Шетелдік маркетингтік даму мектептері			
6-7	Классикалық дәріс 6. Американдық және еуропалық маркетинг мектептерінің қалыптасуы және дамуы	1	
6-7	Семинар сабағы – талдау. Американдық және еуропалық маркетинг мектептерінің дамуының негізгі бағыттарын анықтау	2	10/10
6-7	ОДӨЖ 3: ДӨЖ 2 енгізу бойынша кеңес беру – таңдалған тақырыпқа қатысты шетелдік маркетинг мектептерінің негізгі бағыттарын зерттеу бойынша қорытынды дайындау		
Аралық бақылау 1			
8	7-дәріс – түсіндіру. Азиялық маркетинг мектебінің қалыптасуы мен ерекшеліктері		100
8	Семинар сабағы – кейс. Дамудың негізгі бағыттарын анықтау Азиялық маркетинг мектебі	1	
9-10	Классикалық дәріс 8. Орыс мектебінің қалыптасуы мен ерекшеліктері маркетинг және маркетинг ғылымының отандық бағыттары	2	9
9-10	Семинар сабағы – талдау. Негізгі бағыттарды анықтау орыс маркетинг мектебінің дамуы. Отандық маркетингтің даму бағыттары.	1	
9-10	ОДӨЖ 4: қабылдау ДӨЖ 2 – жоба тапсырмасының бөлімін дайындау «Шетелдік маркетинг мектептерінің негізгі бағыттарын зерттеуге қатысты қорытынды. таңдалған зерттеу тақырыбы» талдамалық есеп түрінде	2	8 8
9-10	ОДӨЖ 4: қабылдау ДӨЖ 2 – жоба тапсырмасының бөлімін дайындау «Шетелдік маркетинг мектептерінің негізгі бағыттарын зерттеуге қатысты қорытынды. таңдалған зерттеу тақырыбы» талдамалық есеп түрінде		10
Модуль 3 – Маркетингтік зерттеулердің әдістемесі			
11	Классикалық дәріс 9. Маркетингтік зерттеулер өзегі ретінде маркетинг ғылымының әдістемелері	1	
11	Семинар сабағы-талдау. Негізгі бағыттарды, әдістерді талдау маркетингтік зерттеулерді дамыту		9
11	ОДӨЖ 5: ДӨЖ 3, ДӨЖ 4 орындау бойынша кеңес - маркетинг мәселелерін зерттеу маркетингтік зерттеу әдіснамасының негізінде (жоба тапсырмасының бөлігі) және макаланы жариялауға дайындау		
12	Классикалық дәріс 10. Маркетингтік зерттеулер жүйесіндегі ғылыми таным әдістері	1	
12	Семинар сабағы-талдау. Қолданбалы маркетингтік зерттеулерде ғылыми таным әдістерін қолдану	2	9
13	Дәріс 11-зерттеу. Маркетингтік зерттеулердегі болжау әдістері	1	
13	Семинар сабағы-талдау. Қолданбалы маркетингтік зерттеулерде болжау әдістерін қолдану	2	9
14	Дәріс 12-зерттеу. Білімнің әртүрлі салаларындағы маркетингтік зерттеулерге әдістемелік тәсілдер	1	
14	Семинар сабағы-талдау. Статистикалық, эконометрикалық, социометриялық, квалиметриялық, мінез-құлықты қарастыру	2	9

Бағалық бағамы
Мәкс. бағамы
Бағамы
Бағамы

	ОДӨЖ 6: ДӨЖ 3 қабылдау - "әдістеме" жоба тапсырмасының бөлігі тұсаукесері маркетинг мектептерінің аналитикалық құралдарын қолдану негізінде маркетингтік зерттеулер"		10
15	Дәріс 13-зерттеу. Маркетингтік зерттеулердің сандық және сапалық әдістері	1	
	Семинар сабағы-талдау. Қолданбалы маркетингтік зерттеулерде сандық және сапалық әдістерді қолдану	2	9
	ОДӨЖ 7: ДӨЖ4 қабылдау-зерттеу тақырыбы бойынша мақаланы жариялауға дайындау		10
Аралық бақылау 2			100
Қорытынды бақылау (емтихан)			100
Пән үшін жиынтығы			100

Декан, э.ғ.к., профессор м.а.  Бимендиева Л.А.

Кафедра меңгерушісі, э.ғ.к., қауымд. профессор  Ахметова З.Б.

Дәріскер, э.ғ.к., қауымд. профессор  Сартова Р.Б.

Сартова