	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 1 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	



Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

ВКТУ им.Д.Серикбаева

УТВЕРЖДАЮ:

Декан ШБиП:

Закимова А.М.

_____ 2022 г.

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Рабочая учебная программа (силлабус)

Образовательная программа: 6В04107 Social медиа маркетинг, 6В04108 Экономика и менеджмент


Код дисциплины: ОМ1204 (6В04107), ОМ1222 (6В04108)

Количество кредитов: 3 (6В04107), 5 (6В04108)

Цикл: БД

Компонент: ВК

Усть-Каменогорск, 2022

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 2 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Рабочая учебная программа (силлабус) разработана на «ШБиП» на основании Государственных общеобязательных стандартов высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования РК №2 от 20.07.2022 г.), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки РК от №152 от 20.04.2011 г.), Образовательной программы, Рабочего учебного плана, Каталога элективных дисциплин.

Одобрено Комиссией по обеспечению качества

Председатель

Жанабаева А.С.


Дата 29.08.2022 г. протокол №1

Руководитель образовательной программы

Байтикенова Г.А.
6В04107, 6В04108

Разработал

Гранецкий В.Н.
Ассоциированный профессор
Хван В.С.
Преподаватель

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 3 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Краткое описание дисциплины

Дисциплина должна формировать у обучающихся представление о системе маркетинга в целом, в том числе: порядке работы на рынке; разведка рынка; анализ окружающей среды, сегментация и позиционирование товаров, стратегическое планирование, удовлетворение запросов потребителей, методы работы на рынке и план маркетинга.

1.2 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

освоение современных концепций маркетинга, основ управления маркетинговой деятельностью в инновационной сфере, приобретение навыков принятия типичных маркетинговых управленческих решений.


Задачи изучения дисциплины:

- проведения маркетинговых исследований для разработки маркетинговых стратегий с учетом конкурентного окружения в целях развития инновационной деятельности путем проведения эффективной маркетинговой политики.

1.3 Результаты обучения

Результаты обучения определяются на основе Дублинских дескрипторов соответствующего уровня образования и выражаются через компетенции.

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
	PO7 - Владеть понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, маркетинга, понимать рыночные процессы и взаимосвязи. (6B04107)	<ul style="list-style-type: none"> - знать общие принципы и особенности маркетинга в инновационной сфере - уметь выполнить анализ потенциала рынка, организовать продвижении новых товаров - понимать роли и значения информации в процессе управления маркетингом инноваций
	PO12 - Организовывать и управлять производством и сбытом продукции, обосновывать и внедрять на предприятии систему качества продукции (услуг) (6B04108)	<ul style="list-style-type: none"> - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в сфере маркетинга инноваций - владеть методами анализа привлекательности и экономической эффективности инновационных и традиционных рынков

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 4 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
качества продукции (услуг) (6B04108)		

1.4 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

1.4.1 Основные образовательные технологии

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий:

- При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий: - интерактивная лекция (применение следующих активных форм обучения: ведомая (управляемая) дискуссия или беседа; модерация; демонстрация слайдов или учебных фильмов; мозговой штурм; мотивационная речь); - построение сценариев развития различных ситуаций на рынке; - решение учебных задач.

1.4.2 Адаптивные образовательные технологии (инклюзивное обучение)

Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии:

- Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии: - дистанционные образовательные; - лично-ориентированные (например, использование экранной клавиатуры и альтернативных устройств ввода информации для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата; оборудование учебной аудитории, в которой обучаются студенты с нарушением слуха компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской); - предметно-ориентированные (процесс целеобразования, т.е. цели формируются через их результаты, выраженные в действиях обучающихся); - проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися, организованные для оказания помощи в освоении учебного материала.

1.4.3 Инновационные образовательные технологии


При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих инновационных образовательных технологий:

1.5 Пререквизиты

- / География. Школьный курс (6B04108)
- Психология / Психология (6B04107)

1.6 Постреквизиты


- Брендменеджмент (6B04107)
- Введение в инженерное образование (6B04107)

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 5 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

- Веб дизайн, юзабилити и его продвижение (6В04107)
- Веб журналистика: сторителлинг, лонгрид (6В04107)
- Дата журналистика (6В04107)
- Дизайн и оформление изданий (6В04107)
- Дикторское искусство (6В04107)
- Имиджмейкерство (6В04107)
- Коммуникации в организации (6В04107)
- Контент-маркетинг (6В04107)
- Копирайтинг и журналистика (6В04107)
- Маркетинговые исследования (6В04107)
- Навыки создания аналитических материалов (6В04107)
- Основы видеомонтажа (6В04107)
- Основы видеосъемки (6В04107)
- Основы звукозаписи и цифровая обработка аудио информации (6В04107)
- Основы медиапланирования (6В04107)
- Основы менеджмента (6В04107)
- Основы риторики и делового общения (6В04107)
- Паблик рилейшинз (6В04107)
- Поисковая оптимизация и маркетинг (6В04107)
- Поисковый маркетинг (6В04107)
- Правовые основы журналистики и медиаэтика (6В04107)
- Предпринимательская журналистика (6В04107)
- Психология в маркетинге (6В04107)
- Разработка электронных медиапродуктов и реклама (6В04107)
- Сетевые сообщества и блоггинг (6В04107)
- Современные технологии PR (6В04107)
- Современный медиарынок (6В04107)
- Создание и продвижение рекламы в интернет-пространстве (6В04107)
- Социальные коммуникации в сфере массовой информации (6В04107)
- Средства массовой коммуникации (6В04107)
- Управление интернет-сообществами (6В04107)
- Управление поведением потребителей на рынке (6В04107)
- Управление репутацией и СЕО (6В04107)
- Управление цифровыми проектами (6В04107)
- Фото в мультимедиа (6В04107)
- Цифровая фотография (6В04107)
- Цифровой маркетинг (6В04108)
- Цифровой маркетинг и реклама (6В04107)
- Цифровые интегрированные маркетинговые коммуникации (6В04107)

1.7 Трудоемкость дисциплины

Виды работ	часы
<i>6В04107</i>	
Лекции	15
Практические работы	15
СРОП	15
СРО	45


	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 6 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Виды работ	часы
Форма проведения итогового контроля	экзамен
<i>6B04108</i>	
Лекции	15
Практические работы	30
СРОП	30
СРО	75
Форма проведения итогового контроля	экзамен


2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Тематический план

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
Лекционные занятия			
1	Тема 1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	1	1,3,5
2	Тема 2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации нятие системы маркетинговой информации, ее роль и необходимость. Понятие, цели, объекты и методы маркетинговых исследований.	1	1,3,5
3	Тема 3. Маркетинговая среда Понятие маркетинговой среды. Составные части маркетинговой среды: микросреда, макросреда	1	1,3,5
4	Тема 4. Поведение потребителей на рынке Понятия «потребность», «потребитель», «покупатель», «покупательский рынок». Личные потребности потребителей: абсолютные и относительные потребности.	1	2,3,5
5	Тема 5. Сегментирования рынка и позиционирование товара	1	3,4,5
6	Тема 6. Товар в системе маркетинга Понятие товара. Конкретный продукт, расширенный продукт, обобщенный продукт. Классификация товаров и услуг.	1	3,4,5
7	Тема 7. Товарная политика маркетинга Товарные стратегии. Разработка нового продукта.	1	3,4,5
8	Тема 8. Ценовая политика маркетинга Понятие цены и роль в системе маркетинга.	1	3,4,5
9	Тема 9. Сбытовая политика в маркетинге Определение канала распределения, его значение и функции. Уровни каналов распределения и их структура.	1	3,4,5
10	Тема 10. Коммуникативная политика в маркетинге Понятие системы коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	1	1,2,5
11	Тема 11. Реклама в системе маркетинга Роль и значение рекламы в системе маркетинга.	1	1,2,5


	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 7 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
	Виды рекламы.		
12	Тема 12. 12 Планирование в системе маркетинга Общие концепции планирования маркетинга. Виды и типы маркетинговых планов.	1	3,4,5
13	Тема 13. 13 Стратегическое планирование Стратегическое планирование: понятие, роль и этапы. Программа фирмы.	1	1,2,3,4,5
14	Тема 14. Международный маркетинг. Содержание понятия «международный маркетинг». Роль и значение международного маркетинга.	1	1,2,3
15	Тема 15. Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности Услуги в современной экономике. Факторы, влияющие на развитие рынка услуг	1	2,3
ИТОГО		15	
Практические занятия			
1	Тема 1. Основные понятия маркетинга	2	1,3,5
2	Тема 2. Изучение и выбор целевых рынков компании	2	1,3,5
3	Тема 3. Сегментация рынка и позиционирование товаров на нем.	2	1,3,5
4	Тема 4. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании	2	2,3,5
5	Тема 5. Жизненный цикл основного продукта компании и ее стратегия	2	3,4,5
6	Тема 6. Маркетинговые стратегии компании (Лидера, Претендента на лидерство, Последователя и Обитателя рыночной ниши)	2	3,4,5
7	Тема 7. Стратегия выхода на международный рынок / Стратегия внедрения на казахстанский рынок	2	3,4,5
8	Тема 8. Товарная политика компании	2	3,4,5
9	Тема 9. Ценовая политика компании	2	3,4,5
10	Тема 10. Стратегии коммуникаций компании	2	1,2,5
11	Тема 11. Стратегии рекламы компании	2	1,2,5
12	Тема 12. Прямой маркетинг компании	2	3,4,5
13	Тема 13. Связи с общественностью	2	1,2,3,4,5
14	Тема 14. Продвижение и рекламная кампания	2	1,2,3
15	Тема 15. Некоммерческий маркетинг	2	2,3
ИТОГО		30	

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 8 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

2.2 Задания для самостоятельной работы обучающегося (СРО)

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	Основные понятия и определения	опрос	1	5	1,3,5
2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации	разработка анкеты	опрос	2	5	1,3,5
3. Окружающая среда фирмы	проведение опросов	Дискуссия	3	5	1,3,5
4. Сегментация рынка и позиционирование товаров на нем.	Систиматизация анкеты	Разбор анкет	4	5	3,4,5
5. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании	Анализ опроса	опрос	5	5	3,4,5
6. Маркетинговые стратегии компании	Сегментация потребителей на основе анкетирования	Построение круговых диаграмм	6	5	3,4,5
7. Товарная политика маркетинга Товарные стратегии	Разработка презентации	Защита презентации	7	5	3,4,5
8. Ценовая политика маркетинга Понятие цены и роль в системе маркетинга.	Решение задач	представление задач	8	5	3,4,5
9. Сбытовая политика в маркетинге	Решение задач	Опрос	9	5	1,2,5
10. План маркетинга	Разработать презентацию	Опрос	10	5	1,2,5
11. Коммуникационная политика	Разработать логическую схему	Опрос	11	5	1,2,5
12. Планирование в системе маркетинга	Разработка производственной программы	Отчет	12	5	3,4,5

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 9 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
13 Стратегическое планирование Стратегическое планирование:	разработка SWOT - анализа	выбор стратегии	13	5	1,2,3,4,5
14 Международный маркетинг.	разработка SWOT - анализа международной компании	выбор стратегии	14	5	1,2,3
15 Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности	Поведение итогов	рейтинг	15	5	2,3
ИТОГО				75	

2.3 График сдачи заданий по дисциплине

Вид задания	Академический период обучения, неделя							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Білімі /Знание								
Конспект лекций 1		+						
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Рубежный контроль 1				+				
Конспект лекций 2						+		
Рубежный контроль 2								+
Түсіну / Понимание								
Эссе	+							
Конспект лекций 1		+						
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Реферат					+			
Конспект лекций 2						+		
Пайдалану / Применение								
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Рубежный контроль 1				+				
Реферат					+			
Рубежный контроль 2								+
Талдау / Анализ								
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 10 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Вид задания	Академический период обучения, неделя							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Рубежный контроль 1				+				
Рубежный контроль 2								+

3 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Преподаватель проводит все виды текущего контроля и выводит соответствующую оценку текущей успеваемости обучающихся два раза в академический период (семестр, триместр, квартал). По результатам текущего контроля формируется рейтинг 1 и 2. При этом учебные достижения обучающегося оцениваются путем накопления баллов по отдельным видам заданий от 0 до 100. Оценка работы обучающегося в академическом периоде осуществляется преподавателем в соответствии с графиком сдачи заданий по дисциплине. Система контроля может сочетать письменные и устные, групповые и индивидуальные формы.

Период	Вид задания	Количество баллов (max)	Итого
1-й рубежный контроль	Эссе	10	0-100
	Конспект лекций 1	20	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	40	
	Рубежный контроль 1	30	
2-й рубежный контроль	Реферат	10	0-100
	Конспект лекций 2	20	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	40	
	Рубежный контроль 2	30	
Итоговый контроль	экзамен		0-100

Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине осуществляется по 100 балльной системе и включает:


- 40% результата, полученного на экзамене;
- 60% результатов текущей успеваемости.

Формула подсчета итоговой оценки:

$$I = 0,6 \frac{P_1 + P_2}{2} + 0,4Э \quad (1)$$

где, P1, P2 – цифровые эквиваленты оценок первого, второго рейтингов соответственно; Э – цифровой эквивалент оценки на экзамене.

Итоговая буквенная оценка и ее цифровой эквивалент в баллах:

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 11 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Балльно-рейтинговая буквенная система оценки учета учебных достижений, обучающихся с переводом их в традиционную шкалу оценок и ECTS (иситиэс)

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
A	4.0	95-100	Отлично	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
A-	3.67	90-94		
B+	3.33	85-89	Хорошо	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
B	3.0	80-84		
B-	2.67	75-79		
C+	2.33	70-74		
C	2.0	65-69	Удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки
C-	1.67	60-64		
D+	1.33	55-59		
D	1.0	50-54		
FX	0.5	25-49	Неудовлетворительно	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат
F	0	0-24		

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 12 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
				грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

4 ПОЛИТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающийся обязан:

Политика дисциплины определяется системой требований, которые преподаватель предъявляет к обучающимся при изучении дисциплины и может отражать следующие административные требования: 1) строго соблюдать правила академической честности: нет места плагиату, списываниям и иным формам обмана; 2) не опаздывать на занятия; 3) не пропускать занятия, в случае отсутствия по болезни, предоставить справку; 4) на занятия приходиться в деловой одежде; 5) активно участвовать в учебном процессе;

5 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1 Основная литература

1. Гранецкий В.Н., Рахимбердинова М.У. Маркетинг - УК-ВКГТУ .
2. Верстакова Ю.В, Симоненко Е.С. Управление маркетингом. Теория и практика_Уч. Пособие, 2008 -432с
3. Котлерт Ф. Маркетинг менеджмент – СПб.: Питер, 2011. – 304 с.
4. П. Моррис Маркетинг по джунглям бизнеса - М.: Из-во Махаон, 2012 - 104с.
5. Голубков Е.П. Основы маркетинга. Учебник - М.:МИЗдательство "Финпресс" 1999 - 656с.

5.2 Дополнительная литература

1. Мочадо Р. Маркетинг для малых предприятий. – СПб: Питер Паблишинг, 2005. – 288с.
2. Панкрухин А.Л. Маркетинг. – М.: Издательство «Омега-Л», 2017. - 656с.
3. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учебное пособие / Под ред. В.Е.Хруцкого. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2014.
4. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг. - М.: Экономика, 2010. – 336с.