

**А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік университеті  
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ А.БАЙТҰРСЫНОВА  
KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY NAMED AFTER A.BAITURSYNOV**



**ҚОСЫМША БІЛІМ БЕРУ  
БАҒДАРЛАМАСЫ  
(MINOR)  
МАРКЕТИНГТІҢ ЗАМАНАУИ ҚҰРАЛДАРЫ**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА  
(MINOR)**

**ADDITIONAL  
EDUCATIONAL PROGRAM  
(MINOR)  
MODERN MARKETING TOOLS**

Қостанай, 2023

## **ӘЗІРЛЕУШІЛЕР/ РАЗРАБОТЧИКИ// DEVELOPERS:**

Калкабаева А.Е., аға оқытушы, экономика ғылымдарының магистрі /  
Калкабаева А.Е., старший преподаватель, магистр экономических наук /  
Kalkabaeva A.E., senior lecturer, master of economic sciences

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында  
бекітілді, 11.04.2023 ж. №4 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени  
А.Байтұрсынова, протокол от 11.04.2023 г. №4

Published by decision educational and methodical council of the Kostanay regional  
university named after A. Baitursynov (Protocol №4 from 11.04.2023)

## **Курстың қысқаша сипаттамасы / Краткое описание курса / Brief description of the course:**

### **Мақсаты/Цель/Aim:**

Студенттердің маркетингтік ойлауын, дайын өнімді жылжыту және заманауи экономикада үздіксіз бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ету саласында табысты жұмыс істеу үшін қажетті дағдылар мен құзыреттер туралы білімдерін қалыптастыру

Формирование у студентов маркетингового мышления, знаний умений и компетенций, необходимых для успешной работы в сфере продвижения готового продукта и обеспечения непрерывного конкурентного преимущества в современной экономике

Formation of students' marketing thinking, knowledge of skills and competencies necessary for successful work in the field of promotion of the finished product and ensuring a continuous competitive advantage in today's economy.

### **Оқу міндеттері / Учебные задачи / Learning Objectives:**

Жаһандану жағдайында тауарлар, қызметтер, идеялар нарығында тұтынушылардың мінез-құлқын басқарудың негізгі білімдерін, дағдыларын және дағдыларын қалыптастыру; фирмалар мен компаниялардың жарнамалық қызмет тәжірибесінен өзекті мәселелерді зерттеу; мультимедиялық және интерактивті құралдарды пайдалана отырып, SMM науқанын жоспарлау және жүзеге асыру дағдыларын меңгеру; нарық субъектілерін зерттеудің заманауи әдісі ретінде бенчмаркингтің мазмұны мен құралдарын түсіну

Формирование основных знаний, умений и навыков управления поведением потребителями на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации; изучение актуальных вопросов из практики рекламной деятельности фирм и компаний; владение навыками планирования и реализации SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств; уяснение содержания и инструментов бенчмаркинга как современного метода исследования субъектов рынка

Formation of basic knowledge, skills and abilities to manage consumer behavior in the market of goods, services, ideas in the context of globalization; study of topical issues from the practice of advertising activities of firms and companies; possession of skills in planning and implementing an SMM campaign using multimedia and interactive tools; understanding the content and tools of benchmarking as a modern method of researching market entities

### **Қалыптастыру керек негізгі құзыреттер /Базовые компетенции, которые предстоит сформировать/ Basic competencies to be formed:**

Үнемі өзгеріп отыратын сыртқы орта жағдайында маркетинг құралдарын енгізу және одан әрі дамыту тиімділігіне әсер ететін факторларды бағалау қабілеті; кәсіби қызметте маркетингтік міндеттерді шешу үшін заманауи маркетингтік технологиялар мен құралдарды қолдану; заманауи маркетингтік технологияларды қолдана отырып, тауарлар мен қызметтердің маркетингін басқарудың креативті тәсілдерін анықтау

Способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития инструментов маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды; применять современные маркетинговые технологии и инструменты для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности; определять креативные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением современных маркетинговых технологий

The ability to assess the factors affecting the effectiveness of implementation and subsequent development of marketing tools in a constantly changing external environment; apply modern marketing technologies and tools for solving marketing problems in professional activity; determine creative approaches to the management of marketing of goods and services with the use of modern marketing technologies.

### **Оқытудың нәтижелері / Результаты обучения / Learning outcomes:**

Тұтынушылардың сатып алу туралы шешім қабылдау процесін түсіну, тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторларды анықтау және тұтынушыларға әсер ететін психологиялық

ынталандыруды қолдану мүмкіндігі; жарнамалық қызметті талдау, жоспарлау және жарнамалық және PR-ақпаратты тарату құралдарын қолдану мүмкіндігі.;мультимедиялық және интерактивті құралдарды пайдалана отырып, SMM-науқанды жоспарлау және іске асыру дағдыларын меңгеру; ұйымның жан-жақты экономикалық талдауын жүргізу, нарықтағы бәсекелестерден негізгі артықшылықтар мен айрықша сипаттамаларды анықтау, жылжыту және даму стратегияларын әзірлеу мүмкіндігі

Способность понимать процесс принятия потребительских решений о покупке, умение выявлять факторы, влияющие на потребительское поведение и применять психологические стимулы, влияющие на потребителей; умение анализировать, планировать рекламную деятельность и применять средства распространения рекламной и PR-информации; владение навыками планирования и реализации SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств; умение проводить всесторонний экономический анализ организации, выявлять ключевые преимущества и отличительные характеристики от конкурентов присутствующих на рынке, разрабатывать стратегии продвижения и развития

The ability to understand the process of making consumer purchasing decisions, the ability to identify factors that affect consumer behavior and apply psychological incentives that affect consumers; ability to analyze, plan advertising activities and apply means of distributing advertising and PR information; proficiency in planning and implementing an SMM campaign using multimedia and interactive tools; ability to conduct a comprehensive economic analysis of the organization, identify key advantages and distinctive characteristics from competitors present in the market, develop promotion and development strategies

#### **Пәндер /Дисциплины / Disciplines:**

1 Мінез-құлық маркетингі (кредит саны -5, бақылау түрі -экзамен ) / Поведенческий маркетинг (Количество кредитов -5, форма контроля - емтихан) / Behavioral Marketing (Number of credits- 5, form of control - exam)

2. Жарнама өнері (кредит саны -5, бақылау түрі -экзамен ) / Рекламное искусство (Количество кредитов -5, форма контроля - емтихан) / Advertising Art (Number of credits- 5, form of control - exam)

3 Бенчмаркинг (кредит саны - 5, бақылау түрі -экзамен ) / Бенчмаркинг (Количество кредитов -5, форма контроля - емтихан) / Benchmarking (Number of credits- 5, form of control - exam)

4. Әлеуметтік медиа маркетинг(SMM) (кредит саны -5, бақылау түрі -экзамен ) / Социальный медиа маркетинг(SMM) (Количество кредитов -5, форма контроля - емтихан) / Social Media Marketing (SMM) (Number of credits- 5, form of control - exam)

**Еңбек сыйымдылығы / Трудоемкость / Labor intensity:** 20 кредитов.

**Пререквизиттер / Пререквизиты / Prerequisite:** экономикалық теория/ экономическая теория/ economic theory

**Minimum number of listeners / Минимальное количество слушателей / Тыңдаушылардың ең аз саны:** 7

**Maximum number of listeners / Максимальное количество слушателей / Тыңдаушылардың максималды саны:** 100

## **Пән 1 Мінез-құлқ маркетингі / Дисциплина 1 Поведенческий маркетинг /Discipline 1 Behavioral Marketing**

### **Пәннің қысқаша сипаттамасы / Краткое описание дисциплины / Discipline Summary:**

Пән жаһандану жағдайында тауарлар, қызметтер, идеялар нарығында тұтынушылардың мінез-құлқын басқарудың негізгі білімін, дағдыларын қалыптастыруға бағытталған. Курсты зерттеу тұтыну мінез-құлқының қалыптасуының алғышарттарын, маркетингтегі мотивациялық теорияларға негізделген тұтынушылық мінез-құлқ психологиясын микро деңгейде талдауды қарастырады. Пән аясында студенттер тұтынушылық сатып алу туралы шешім қабылдау процесін түсінуді үйренеді, сатып алу шешімдерін қабылдауға жағдайлық факторлардың әсерін талдайды, нейромаркетинг жүйесінің механизмін, тұтынушылардың адалдығын қалыптастыру әдістері мен әдістерін үйренеді.

Дисциплина направлена на формирование основных знаний, умений и навыков управления поведением потребителями на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации.

Изучение курса предусматривает изучение предпосылок становления поведения потребления, анализ психологии потребительского поведения на микро-уровне на основе мотивационных теорий в маркетинге. В рамках дисциплины студенты также научатся понимать процесс принятия потребительских решений о покупке, будут проводить анализ влияния ситуационных факторов на принятие покупательских решений, изучат механизм системы нейромаркетинга, способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.

The discipline is aimed at the formation of basic knowledge, skills and abilities to manage consumer behavior in the market of goods, services, ideas in the context of globalization. The study of the course provides the study of the prerequisites for the formation of consumption behavior, the analysis of the psychology of consumer behavior at the micro level on the basis of motivational theories in marketing. As part of the discipline students will also learn to understand the process of making consumer purchasing decisions, will analyze the influence of situational factors on purchasing decisions, will study the mechanism of neuromarketing system, ways of formation and methods of identifying consumer loyalty

**Сабақ түрлері / Виды занятий / Types of lesson:** Дәріс, практикалық / Лекции, практические/ Lectures, practical

**Оқытушы /Преподаватель / Teacher** Калкабаева А.Е., / Kalkabaeva A.E.

## **Пән 2 Жарнама өнері / Дисциплина 2 Рекламное искусство /Discipline 2 Advertising Art**

### **Пәннің қысқаша сипаттамасы / Краткое описание дисциплины / Discipline Summary:**

Пән фирмалар мен компаниялардың жарнамалық қызметінің тәжірибесінен өзекті мәселелерді зерттеуге бағытталған. Пәннің басты ерекшелігі-маркетинг пен коммуникациядағы әртүрлі мәселелерді шешуге пәнаралық көзқарас. Курс жарнама тәжірибесінің теориялық негіздері мен негізгі талаптарын, жарнама құралдарының жіктелуін, сатуды ынталандыру әдістері мен құралдарын, жеке сату нысандарын зерттейді. Осы пәнді игеру нәтижесінде студенттер жарнама агенттіктерінің жұмысын ұйымдастырумен танысады, шығармашылық жарнама технологияларын үйренеді, жарнама және PR хабарламаларын құруды үйренеді, жарнама және PR науқанын жоспарлап, бәсекелестердің жарнамалық қызметін талдай алады, жарнама және PR ақпаратын тарату құралдарын таңдай алады.

Дисциплина направлена на изучение актуальных вопросов из практики рекламной деятельности фирм и компаний. Основной отличительной чертой дисциплины является междисциплинарный подход к поиску решения различных задач в маркетинге и коммуникациях. Курс изучает теоретические основы и основные требования рекламной практики, классификацию средств рекламы, методы и средства стимулирования сбыта, формы личной продажи. В результате

освоения данной дисциплины студенты ознакомятся с организацией работы рекламных агентств, изучат технологии креативной рекламы, научатся составлять рекламное и PR-сообщение, смогут планировать рекламную и PR кампанию и анализировать рекламную деятельность конкурентов, выбирать средства распространения рекламной и PR-информации

The discipline is aimed at the study of current issues from the practice of advertising activities of firms and companies. The main distinguishing feature of the discipline is an interdisciplinary approach to finding solutions to various problems in marketing and communications. The course examines the theoretical foundations and basic requirements of advertising practice, the classification of advertising media, methods and means of sales promotion, forms of personal selling. As a result of mastering this discipline students will become familiar with the organization of advertising agencies, learn the technology of creative advertising, learn how to make advertising and PR-message, will be able to plan an advertising and PR campaign and analyze the advertising activities of competitors, choose the means of distribution of advertising and PR-information.

**Сабақ түрлері / Виды занятий / Types of lesson:** Дәріс, практикалық / Лекции, практические/  
Lectures, practical

**Оқытушы /Преподаватель / Teacher** Калкабаева А.Е., / Kalkabaeva A.E.

### **Пән 3 Бенчмаркинг /Дисциплина 3 Бенчмаркинг /Discipline 3 Benchmarking**

**Пәннің қысқаша сипаттамасы / Краткое описание дисциплины / Discipline Summary:** \_\_\_\_\_

Қазіргі шындықта, нарық жаһанданған және барлық сегменттердегі бәсекелестік күшейген кезде, бенчмаркингтің рөлі артып келеді. Теріс және оң үрдістерді анықтауға бағытталған заманауи зерттеу әдістерін қолданатын кәсіпорындар көшбасшылықтың барлық мүмкіндігіне ие. Бұл курс болашақ мамандарға ұйымның жан-жақты маркетингтік талдауын жүргізуге, нарықтағы бәсекелестердің негізгі артықшылықтары мен ерекшеліктерін анықтауға, жылжыту және дамыту стратегияларын жасауға үйретеді

В современных реалиях, когда рынок все больше глобализируется и ужесточается конкуренция на всех сегментах, роль бенчмаркинга все больше возрастает. Предприятия, берущие на вооружение современные методы исследования, направленные на выявление негативных и положительных тенденций, имеют все шансы на лидерство. Данный курс научит будущих специалистов проводить всесторонний маркетинговый анализ организации, выявлять ключевые преимущества и отличительные характеристики от конкурентов присутствующих на рынке, разрабатывать стратегии продвижения и развития.

In today's realities, when the market is increasingly globalized and the competition in all segments is toughening, the role of benchmarking is becoming more and more important. Enterprises that adopt modern research methods aimed at identifying negative and positive trends have every chance to lead the way. This course will teach future specialists to conduct a comprehensive marketing analysis of the organization, to identify key advantages and distinctive characteristics from competitors present in the market, to develop promotion and development strategies.

**Сабақ түрлері / Виды занятий / Types of lesson:** Дәріс, практикалық / Лекции, практические/  
Lectures, practical

**Оқытушы /Преподаватель / Teacher** Байжанова Л.А./ Bayzhanova L.A

## **Пән 4 Әлеуметтік медиа маркетинг(SMM) /Дисциплина 4 Социальный медиа маркетинг(SMM)/ Discipline 4 Social Media Marketing (SMM)**

### **Пәннің қысқаша сипаттамасы / Краткое описание дисциплины / Discipline Summary:**

Пән әлеуметтік желілерде медиа өнімді жылжыту ерекшеліктерін, сондай-ақ бизнес құрылымдар мен PR мамандарының жұмысында Интернет-ресурстарды пайдалану ерекшеліктерін зерттеуді қамтиды. Курс digital-коммуникацияның негізгі құралдарын меңгеруді, digital-ті Маркетингтік коммуникациялар жүйесіндегі заманауи технологиялар кешені ретінде бағалауды, "әлеуметтік медиа маркетинг" (SMM) мәнін, осы бағыттың пайда болу тарихын және әлеуметтік медиа маркетингте жылжыту мүмкіндігін зерделеуді көздейді.

Дисциплина включает в себя изучение особенностей продвижения медийного продукта в социальных сетях, а также специфику использования Интернет-ресурсов в работе бизнес структур и PR специалистов. Курс предусматривает освоение основных инструментов digital-коммуникации, оценку digital как современного комплекса технологий в системе маркетинговых коммуникаций, сущность «социальный медиа маркетинг» (SMM), изучение истории появления данного направления и возможности продвижения в социальном медиа маркетинге.

The discipline includes the study of the features of the promotion of the media product in social networks, as well as the specifics of the use of Internet resources in the work of business structures and PR specialists. The course provides mastering the basic tools of digital-communication, assessment of digital as a modern set of technologies in the system of marketing communications, the essence of "social media marketing" (SMM), the study of the history of the appearance of this direction and the possibility of promotion in social media marketing.

**Сабак түрлері / Виды занятий / Types of lesson:** Дәріс, практикалық / Лекции, практические/  
Lectures, practical

**Оқытушы /Преподаватель / Teacher** Байжанова Л.А../ Bayzhanova L.A