**СӨЖ тақырыптары және әдістемелік нұсқаулар:**

**№1 СӨЖ.** 3 апта. 25 б.

**Тақырып:** «Медиа-маркетингтік коммуникация үшін мақсатты аудитория» – анықтау, талдау.

**Әдістемелік нұсқаулар:** жұмыс барысында мақсатты аудиторияның маңыздылығын көрсетугеерекше назар аудару қажет. Студент медиадағы маркетингті зерттеп, соның негізінде мақсатты аудиторияны анықтау жұмысын жасайды.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1. «Тауар таңбалары, қызмет көрсету таңбалары және тауар шығаратын жерлердің атаулары туралы» Қазақстан Республикасының Заңы // Егемен Қазақстан. – 1999. 2 тамыз.
2. «Теріс пиғылды бәсеке туралы» Қазақстан Республикасының Заңы // Егемен Қазақстан. – 1998. 11 маусым.
3. Ассель Г. Маркетинг : принципы и стратегия: Учебник для вузов. М.: ИНФРА – М, 1999.
4. Іліясов Д.Қ. Маркетинг: теориясы мен практикасы: Оқу құралы: Алматы, Қазақ университеті, 2002.
5. Котлер Ф. Маркетинг негіздері – СПб: ағылш. Ауд. М. Т. Ізбасаров. Алматы, Жазушы, 2000.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент – СПб: ағылш. Ауд. М. Т. Ізбасаров. Питер Ком, 1999

**2 СӨЖ.** 7 апта. 25 б.

**Тақырып** бойынша: " Қарым-қатынас менеджерлері үшін нақты тапсырма сипаттамасын" әзірлейді.

**Әдістемелік нұсқаулар:** коммуникацияның қызметкерлер үшін маңызымен таныстыру. Коммуникациядағы менеджер рөлін түсіндіру. Қазақстандағы коммуникация бойынша үздік деп табылатын менеджрлер қызметі бар компанияға талдау.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1. Мамыров Н.К. Маркетинг. Алматы, Экономика, 1999-248 с.
2. Есімжанова С.Р. Маркетинг оқу құралы. Алматы Экономика 2003
3. И.В. Успенский. Интернет-маркетинг. Учебник.- СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.
4. Брайан Халлиган, Дхармеш Шах. Маркетинг в Интернете: как привлечь [клиентов с помощью Google](http://bagdar.info/bltti-esepteuler-tehnologiyasini-trleri-olardi-erekshelikterin.html), социальных сетей и блогов — М.: «Диалектика». 2010. — С. 256.
5. Новикова К.В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К.В. Новикова, А.С. Старатович, Э.А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2013. — 78 с.
6. Байков Владимир Дмитриевич Интернет: поиск информации и продвижение сайтов — Санкт-Петербург: «БХВ-Санкт-Петербург», 2000. — С. 288.

**3-СӨЖ.** 9-апта. 25 б.

**Тақырып:** "Брендинг заманауи коммуникация және функциясы" тақырыбы бойынша талдау жасау.

**Әдістемелік нұсқаулар:** Бұл мәселе бойынша дайындалу үшін компаниялардың, ұжымдардың қызметкерлеріне жасалатын іс –шаралармен танысу қажет. Мәселені қарастыру барысында әрбір бағдарлама алдына қандай маңызды міндеттердің қойылатынына,әлеуметтік бағдарламаларды бекіту, экономикалық оңалту деңгейі мен қызметкерлердің қызмет сапасын жақсартуды қамтамасыз ететініне назар аударыңыз.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1. Голик В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе — Дикта, 2008. — С. 196.
2. Ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жөніндегі 2010– 2014 жылдарға арналған бағдарлама / 4.3.3 Қазнетті дамыту
3. http://kzcontent.kz.
4. В. Власенко Как выглядит интернет-рынок Казахстана и зачем компаниям туда идти. <https://roem.ru/12-11-2015/212921/kaznet/>
5. Барлоу Д. Сервис ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество: Пер. с англ. ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.- 288 с.
6. Рэнделл Д. Брендинг : краткий курс. – М.: Фаир – Пресс, 2003. 154 с.
7. Джанджугазова Е.А. маркетинг в индустрии гостепимства. – М.: Академия, 2005.-85 с.
8. Жақсыбергенов А.Г, Кулажанов Т.К. менеджмент ресторанного бизнеса. – Алматы, 2000. – 265 с.

**4-СӨЖ.** 13-апта. 25 б.

**Тақырып:** Маркетингтік коммуникация стратегиясы мен корпоративті бизнесті дамыту стратегиясы арасындағы байланысына талдау жасау.

**Әдістемелік нұсқаулар:** Бұл тақырыпқа дайындық барысында бизнесті дамыту стратегисындағы іс-шараларға талдау жасалуы керек. Сондай-ақ маркетингтегі стратегия мен бизнесті дамытудағы стратегия функцияларын талдау жасалу қажет. Нәтижесінде ұқсас тұстары мен бірігетін аймақтарына түсінік берілу қажет.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1. Ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жөніндегі 2010– 2014 жылдарға арналған бағдарлама / 4.3.3 Қазнетті дамыту
2. http://kzcontent.kz.
3. В. Власенко Как выглядит интернет-рынок Казахстана и зачем компаниям туда идти. <https://roem.ru/12-11-2015/212921/kaznet/>
4. Барлоу Д. Сервис ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество: Пер. с англ. ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.- 288 с.
5. Рэнделл Д. Брендинг : краткий курс. – М.: Фаир – Пресс, 2003. 154 с.
6. Джанджугазова Е.А. маркетинг в индустрии гостепимства. – М.: Академия, 2005.-85 с.
7. Жақсыбергенов А.Г, Кулажанов Т.К. менеджмент ресторанного бизнеса. – Алматы, 2000. – 265 с.
8. Тулембаева А.Н. Банковский маркетинг. Завоевание рынка: Учебное пособие. – М. : Экономитсъ, 2004.-344 с.
9. http://forbes.kz 50 крупнейших интернет-компаний

http://www.retail-loyalty.org/news/rynok-internet-reklamy-kazakhstana-demonstriruet vysokie-tempy-rosta