**Өзіндік жұмыстың тапсырмалары**

«Қонақжайлықтағы жарнама»

**№ 1 БӨЖ**

**Тақырыбы*:*** «Жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің шетелдік және отандық тәжірибесі»

Жұмыстың мақсаты*:* Жарнамалық іс-әрекетінің шетелдік және отандық тәжірибесін студент білу қажет.

***Тапсырмалар:***

1. Шетел елдердегі жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдау (студенттің таңдауымен);
2. Ресей мен Қазақстандағы жарнаманың даму тарихы. КСРО жарнамасының тарихына шолу;
3. Қазақстанда жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдау;
4. Қазақстанның орналастыру және қонақ үй қызметі кәсіпорындарының жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеу (жиналған статистикалық мәліметтерді графикалық және диаграмма түрінде көрсету).

**Әдебиеттер тізімі**

**Негізгі:**

1. Алиева, Жаннат Нарикбаевна. Туризм маркетингі: оқу құралы / Ж. Н. Алиева, Е. А. Калимбетов ; Әл-Фараби атын. ҚазҰУ. - Алматы : Қазақ ун-ті, 2016. - 333, [1] б. : сур. - URL: http://elib.kaznu.kz/book/12754. - Библиогр.: 326-329 б. - ISBN 978-601-04-1682-6

2. Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 156, [4] с. - (Высш. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-16-003708-0  Дурович А.П. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2012. – 160 С.

3. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2009. - 287, [1] с. - (Высш. проф. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-7695-6481-9

4. Кузьменко, Юлия Викторовна. Организация и планирование рекламной деятельности в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 196, [2] с. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 188. - ISBN 978-601-342-065-3 :

5. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2016.

**Қосымша:**

1. Закон Республики Казахстан о рекламе от 19 декабря 2003 года № 508-II
2. Кузьменко, Юлия Викторовна. Выставочная деятельность в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 137, [1] б. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 137. - ISBN 978-601-342-063-9 : 6384.00 тг.

3 .Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

4. Джефкинс Ф. Реклама. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

5. Овчинников Н.Н. Рекламное дело. – М.: Дашков и К, 2008.

6. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008.

7.Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие/М.А.Измайлова. – М.: Дашков и К, 2007.

8. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2006.

9. Аксёнова К.А. Реклама и рекламная деятельность. – М.: Приориздат, 2005.

10. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : 6, 7-е изд., стер.- Минск: Новое знание, 2006, 2007.- 495 с.

«Қонақжайлықтағы жарнама»

**№ 2 БӨЖ**

**Тақырыбы*:* «**Жарнама өндірісінің заманауи технологиялары**»**

Жұмыстың мақсаты*:* Қонақжайлық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеу және ұсыну. Ұран мен жарнамалық үндеуді әзірлеу Ғаламтор желісі мейрамхана ісін жүргізудің тиімді құралы ретінде талдау.

***Тапсырмалар:***

1. Жарнама өндірісінің негізгі түрлері.
2. Әртүрлі мақсатты аудиторияға тиімді жарнамалық әсер
3. Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер ету принциптері
4. «Креатив» түсінігін анықтау, жарнамада оның маңыздылығы
5. Жарнамадағы интернет-технологиялар
6. Бейнеөндірісінің негізгі технологиялары.
7. Баспаның қазіргі заманғы технологиялары.
8. Әлеуметтік желілерде жылжыту технологиялары
9. Қонақжайлылықтағы ерекше іс-шараны өткізу технологиясы

**Әдебиеттер тізімі**

**Негізгі:**

1. Алиева, Жаннат Нарикбаевна. Туризм маркетингі: оқу құралы / Ж. Н. Алиева, Е. А. Калимбетов ; Әл-Фараби атын. ҚазҰУ. - Алматы : Қазақ ун-ті, 2016. - 333, [1] б. : сур. - URL: http://elib.kaznu.kz/book/12754. - Библиогр.: 326-329 б. - ISBN 978-601-04-1682-6

2. Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 156, [4] с. - (Высш. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-16-003708-0  Дурович А.П. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2012. – 160 С.

3. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2009. - 287, [1] с. - (Высш. проф. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-7695-6481-9

4. Кузьменко, Юлия Викторовна. Организация и планирование рекламной деятельности в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 196, [2] с. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 188. - ISBN 978-601-342-065-3 :

5. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2016.

**Қосымша:**

1. Закон Республики Казахстан о рекламе от 19 декабря 2003 года № 508-II
2. Кузьменко, Юлия Викторовна. Выставочная деятельность в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 137, [1] б. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 137. - ISBN 978-601-342-063-9 : 6384.00 тг.

3 .Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

4. Джефкинс Ф. Реклама. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

5. Овчинников Н.Н. Рекламное дело. – М.: Дашков и К, 2008.

6. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008.

7.Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие/М.А.Измайлова. – М.: Дашков и К, 2007.

8. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2006.

9. Аксёнова К.А. Реклама и рекламная деятельность. – М.: Приориздат, 2005.

10. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : 6, 7-е изд., стер.- Минск: Новое знание, 2006, 2007.- 495 с.

«Қонақжайлықтағы жарнама»

**№ 3 БӨЖ**

**Тақырыбы*:* «**Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеу және ұсыну (жоба құрастыру)**»**

Жұмыстың мақсаты*:* **«**Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеу туралы студенттің білімін қалыптастыру

***Тапсырма:***

Қонақжайлықтағы кәсіпорнының өнімдерін жылжыту жобасын әзірлеу:

- Қазақстандағы бір қонақжайлылық кәсіпорынды таңдап алып оның өнімдерін жылжыту жобасын әзірлеу;

- Ұран мен жарнамалық үндеуді әзірлеу

**Әдебиеттер тізімі**

**Негізгі:**

1. Алиева, Жаннат Нарикбаевна. Туризм маркетингі: оқу құралы / Ж. Н. Алиева, Е. А. Калимбетов ; Әл-Фараби атын. ҚазҰУ. - Алматы : Қазақ ун-ті, 2016. - 333, [1] б. : сур. - URL: http://elib.kaznu.kz/book/12754. - Библиогр.: 326-329 б. - ISBN 978-601-04-1682-6

2. Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 156, [4] с. - (Высш. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-16-003708-0  Дурович А.П. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2012. – 160 С.

3. Морозова, Наталья Степановна. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2009. - 287, [1] с. - (Высш. проф. образование). - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - ISBN 978-5-7695-6481-9

4. Кузьменко, Юлия Викторовна. Организация и планирование рекламной деятельности в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 196, [2] с. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 188. - ISBN 978-601-342-065-3 :

5. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. Реклама в туризме. – М.: Инфра-М, 2016.

**Қосымша:**

1. Закон Республики Казахстан о рекламе от 19 декабря 2003 года № 508-II
2. Кузьменко, Юлия Викторовна. Выставочная деятельность в туризме : учеб.- методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : ТехноЭрудит, 2019. - 137, [1] б. - URL: http://elib.kaznu.kz/order-book. - Библиогр.: с. 137. - ISBN 978-601-342-063-9 : 6384.00 тг.

3 .Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

4. Джефкинс Ф. Реклама. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

5. Овчинников Н.Н. Рекламное дело. – М.: Дашков и К, 2008.

6. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008.

7.Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие/М.А.Измайлова. – М.: Дашков и К, 2007.

8. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2006.

9. Аксёнова К.А. Реклама и рекламная деятельность. – М.: Приориздат, 2005.

10. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : 6, 7-е изд., стер.- Минск: Новое знание, 2006, 2007.- 495 с.

ЖИЫНТЫҚ БАҒАЛАУ РУБРИКАТОРЫ ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІН БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

БӨЗ № 1

«Жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің шетелдік және отандық тәжірибесі» тақырыбында жеке презентация

(100% аралық бақылаудың 44%-ы)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Бағалау критерийлері** | **«Өте жақсы»**  | **«Жақсы»**  | **«Қанағаттанарлық»**  | **«Қанағаттандырарлықсыз»**  |
| **44-35 %** | **34-20 %** | **19-15 %** | **14-0 %** |
| Шетел елдердегі жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдау (студенттің таңдауымен) | Шетел елдердегі жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің кемінде 5 тәжірибесіне талдау жүргізілді | Шетел елдердегі жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің кемінде 3-4 тәжірибесіне талдау жүргізілді, бірақ терең мәліметтерсіз | 1-2 тәжірибесіне талдау жүргізілді, сұрақтарға жауаптар үзінді сипатында болды, бірақ нақты мəселелерді ашуда қиындықтарға тап болады | Жауаптар сұрақтардың мазмұнына сəйкес келмейді. №1 БӨЖ тапсырмасы үшін сұрақтардағы негізгі ұғымдар қате түсіндіріледі.  |
| Ресей мен Қазақстандағы жарнаманың даму тарихы және КСРО жарнамасының тарихына шолу | Ресей мен Қазақстандағы жарнаманың даму тарихы және КСРО жарнамасының тарихына толыққанды шолу жасалынды | Жарнаманың даму тарихына шолу жартылай жүргізілді, бірақ толық мәліметтерсіз | Жарнаманың даму тарихына ішінара аз шолу жасалынған, жауап нақты емес | Жарнаманың даму тарихына шолу жасау студентке қиынға соғады немесе дұрыс жауап бермейді. |
| Қазақстанда жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдау | Қазақстанда да цифрлық жарнамаға деген қызығушылықтың артуын толыққанды зерттейді және әлеуметтік медиа, іздеу жүйелері және басқа онлайн платформалар жарнамалық науқандар үшін кеңінен қолданылады | Цифрлық орта мақсатты және өлшенетін жарнамаларға көптеген мүмкіндіктер беретін жаһандық нарық тенденцияларын анықтайды, дегенмен мәліметтер толық емес  | Қазақстанда жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдау жасауда қиындықтар туындайды | Жарнамалық іс-әрекетті жүргізудің тәжірибесін талдауға нақты жауап жоқ |
| Қазақстанның орналастыру және қонақ үй қызметі кәсіпорындарының жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеу (жиналған статистикалық мәліметтерді графикалық және диаграмма түрінде көрсету). | Қазақстанның орналастыру және қонақ үй қызметі кәсіпорындарының жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеулер статистикалық мәліметтер графикалық және диаграмма түрінде көрсетілді | Қазақстанның орналастыру және қонақ үй қызметі кәсіпорындарының жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеулер статистикалық мәліметтер графикалық және диаграмма түрінде көрсетілді, дегенмен мәліметтер жаңа емес | Жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеулер статистикалық мәліметтер графикалық және диаграмма түрінде көрсетуде қиындықтар туындайды  | Жарнама нарығын аймақтар бойынша зерттеулер статистикалық мәліметтер жоқ  |

**№ 2 БӨЖ**

**Тақырыбы*:* «**Жарнама өндірісінің заманауи технологиялары**»** тақырыбында жеке презентация

(100% аралық бақылаудың 22%-ы)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Бағалау критерийлері** | **«Өте жақсы»**  | **«Жақсы»**  | **«Қанағаттанарлық»**  | **«Қанағаттандырарлықсыз»**  |
| **22-19 %** | **18-12 %** | **11-6 %** | **5-0 %** |
| Жарнама өндірісінің негізгі түрлері жәнеәртүрлі мақсатты аудиторияға тиімді жарнамалық әсерін зерттеу | Жарнама өндірісінің негізгі түрлері және әртүрлі мақсатты аудиторияға тиімді жарнамалық әсерін зерттеуге толық талдау жүргізілді  | Жарнама өндірісінің негізгі түрлеріне кемінде 3-4 түрлеріне талдау жүргізілді, бірақ терең мәліметтерсіз | Жарнама өндірісінің негізгі түрлеріне 1-2 түрлеріне талдау жүргізілді, сұрақтарға жауаптар үзінді сипатында болды, бірақ нақты мəселелерді ашуда қиындықтарға тап болады | Жауаптар сұрақтардың мазмұнына сəйкес келмейді. №2 БӨЖ тапсырмасы үшін сұрақтардағы негізгі ұғымдар қате түсіндіріледі.  |
| Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер ету принциптерін талдау  | Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер ету принциптеріне толыққанды шолу жасалынды | Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер ету принциптеріне шолу жартылай жүргізілді, бірақ толық мәліметтерсіз | Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер ету тұжырымдамасына жауап нақты емес | Жарнаманың тұтынушыларға аргументация және мотивация арқылы әсер етуге талдау жасауда студентке жауап беру қиынға соғады немесе дұрыс жауап бермейді. |
| Жарнамадағы интернет-технологияларды пайдалануда «креатив» түсінігін анықтау, жарнамада оның маңыздылығын талдау | Жарнамадағы интернет-технологияларды пайдалануда «креатив» түсінігін анықтау, жарнамада оның маңыздылығын талдауға толыққанды зерттеу жасалынды | «креатив» түсінігін анықтау, жарнамада оның маңыздылығын талдауда мәліметтер аз | «креатив» түсінігін анықтауда қиындықтар туындайды | «Креатив» түсінігін зерттеуде нақты жауап жоқ |
| Қонақжайлылықтағы ерекше іс-шараны өткізу технологиясын пайдалануда және әлеуметтік желілерде жылжыту технологияларын қолдануды зерттеу  | Қонақжайлылықтағы ерекше іс-шараны өткізу технологиясын пайдалануда және әлеуметтік желілерде жылжыту технологияларын қолдануды зерттеуде ұсыныстар ұсынады  | Қонақжайлылықтағы ерекше іс-шараны өткізу технологиясын пайдалануда және әлеуметтік желілерде жылжыту технологияларын қолдануды зерттеу жүргізіледі, бірақ ақапараттар аз қамтылған | Әлеуметтік желілерде жылжыту технологияларын қолдануды зерттеулер жүргізуде қиындықтар туындайды  | Әлеуметтік желілерде жылжыту технологияларын қолдану бойынша мәліметтер жоқ  |

**№ 3 БӨЖ**

**Тақырыбы*:* «**Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеу және ұсыну (жоба құрастыру)**»**  тақырыбында жоба құрастыру (100% аралық бақылаудың 22%-ы)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Бағалау критерийлері** | **«Өте жақсы»**  | **«Жақсы»**  | **«Қанағаттанарлық»**  | **«Қанағаттандырарлықсыз»**  |
| **22-19 %** | **18-12 %** | **11-6 %** | **5-0 %** |
| Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеуде мерчандайзингтің теориялық аспектілеріне талдау жасау  | Мерчандайзингтің теориялық аспектілеріне толық талдау жасалынды және 5-7 авторлардың еңбектері қарастырылды | Мерчандайзингтің теориялық аспектілеріне орташа талдау жасалынды және 3-5 авторлардың еңбектері қарастырылды | Мерчандайзингтің теориялық аспектілеріне талдау жасалынуда қиындықтар туындайды және ешқандай авторлардың еңбектері қарастырылмайды | Мерчандайзингтің теориялық аспектілеріне жауап берілмеген |
| Қонақжайлылық кәсіпорнының қызметін ұсынуда тұтынушылық мінез-құлықты ынталандыру | Қонақжайлылық кәсіпорнының қызметін ұсынуда тұтынушылық мінез-құлықты ынталандыру әдістері толық зерттелді | Тұтынушылық мінез-құлықты ынталандыру әдістері орташа деңгейде зерттелген |  Тұтынушылық мінез-құлықты ынталандыру әдістеріне ұсынылған жауап нақты емес | Тұтынушылық мінез-құлықты ынталандыру әдістерін қарастыруда студентке жауап беру қиынға соғады немесе дұрыс жауап бермейді. |
| Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеу бойынша ұсыныстар ұсыну  | Интернет желісіндегі кәсіпорынның жарнамалық белсенділігін арттыру арқылы сатуды ынталандыру бойынша нақты ұсыныстар ұсынылады | жарнамалық белсенділігін арттыру арқылы сатуды ынталандыру бойынша ұсыныстар негізінен практикалық, бірақ толық негізделмеген  | Толық негіздемесіз және талдаусыз жалпы ұсыныстар берілген  | Ұсыныстар жоқ немесе олар орындалмаған |
| Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеуде кәсіпорынның ұран мен жарнамалық үндеуді әзірлеу  | Қонақжайлылық кәсіпорнының жарнамасын әзірлеуде кәсіпорынның ұран мен жарнамалық үндеуді жақсы ойластырылған және мұқият талдауға негізделген, практикалық және іске асырылатын | Ұсынылған ұрандар мен жарнамалық үндеулер негізінен практикалық, бірақ толық тұжырымдалмаған | ұрандар мен жарнамалық үндеулер тұжырмдамасыз және нақты берілмеген  | ұрандар мен жарнамалық үндеулер жоқ немесе тапсырма талапқа сай орындалмаған  |