**СИЛЛАБУС**

**2024-2025 оқу жылының күзгі семестрі**

**«7МО3215-медиакоммуникациялар» білім беру бағдарламасы**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пәннің ID және атауыОн-лайн промоушн:Стратегия мен тактика**  | **Білім алушының өзіндік жұмысын** **(БӨЖ)** | **Кредиттер саны** | **Кредит-тердің****жалпы** **саны****5** | **Оқытушының жетекшілігімен білім алушының өзіндік жұмысы** **(ОБӨЖ)** |
| **Дәрістер (Д)1,7** | **Семинар сабақтар (СС)3.3** | **Зерт. сабақтар (ЗС)** |
|  |   |  |  |  |  | .  |
| **ПӘН ТУРАЛЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ АҚПАРАТ** |
| **Оқыту түрі** | **Циклы,** **компоненті** | **Дәріс түрлері** | **Семинар сабақтарының түрлері** | **Қорытынды бақылаудың түрі мен платфомасы** |
|  ***офлайн*** | Базалық практикалық | Дәстүрлі, түсіндіру, зерттеу, визуалды, интерактивті | пікірталас, кейс, әңгіме, интерактивті, кеңес, зерттеу |  Дәстүрлі офлайн ауызша |
| **Дәріскер (лер)** | Нуриден Рахима Шәріпқызы |
| **e-mail:** | rakhima\_n55@mail.ru |
| **Телефоны:** | 87054448569 |
| **Ассистент (тер)** |  |
| **e-mail:** |  |
| **Телефоны:** |  |
| **ПӘННІҢ АКАДЕМИЯЛЫҚ ПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ**   |
| **Пәннің мақсаты** | **Оқытудан күтілетін нәтижелер (ОН)\***  | **ОН қол жеткізу индикаторлары (ЖИ)**  |
| Кәсіпорынның онлайн бизнеске ауысуы кезінде студенттердің бойында әр түрдегі ресурстардың құндылықтарын анықтаудағы білім кешенін қалыптастыру болып табылады. Электронды бизнесті, оның құрамдас элементтері – е жарнамалық кампанияларды, PR кампанияларын, ұйымдастыру үшін маркетингтік коммуникация стратегияларын әзірлеу және іске асыру құралдары мен әдістерін пайдалана отырып, олардың тиімділігін бағалау қабілеттерін қалыптастыру.  | **1** студенттерге ақпараттық дәуірдің дамуына байланысты өзгерістер туралы кешенді түсінік беру | 1.1Онлайн бизнестің түрлерін; онлайн бизнестің технологиялық аспектілерін біледі  |
| 1.2 Онлайн бизнесті кәсіпорында ұйымдастырудың әдістері мен тәсілдерін, электронды бизнесті жіберу кезеңдерін біледі  |
| 2. курсты ұстаудың жүйелі жүргізілуін және оның түсіндіру аппараты туралы түсінікті қалыптастыру | 2.1Электронды коммерцияның ерекшеліктерін, баға белгілеудің қағидаттарын түсінеді  |
| 2.2Онлайн-промоушнның ерекшеліктерін біледі |
| 3.Онлайн бизнесті және электронды коммерцияны тиімді жүргізудің әдістері, қағидаттары және ережелері туралы базалық білімді қалыптастыру | 3.1Интернет-экономикаға бейімделген тауарлар мен қызметтердің құндылық тізбекшелерінің түрлендіру тәсілдерін тәжірибеде қолдана алады |
| 3.2 Іскер фирманың жаңа стилін, жеке жұмыс орындарындағы ғаламдық қызметін ұйымдастырудың, дербес маркетингті қолданудың дағдыларын игереді |
| 4.Онлайн бизнесті ұстау, оның кәсіпорында ұйымдастырылуы және даму беталысы туралы түсінік алу. -  | 4.1Онлайн бизнесті жүргізу механизмдерін жүзеге асыру үшін қажетті құралдарды меңгере алады |
| 4.2 Тек материалдық және қаржылық қорларды басқару ғана емес, сондай-ақ білімді басқаруға байланысты шешімдер қабылдай алады.  |
| 5. Онлайн бизнестің негізгі сипаттарын электронды бизнестің даму беталысын білу.  | 5.1Маркетингтік коммуникациялар жүйесінің негізгі элементтерін пайдалану сипаттамалары мен ерекшеліктеріне негізделген байланыс теориясының заңдылықтарын, әдістері мен функцияларын түсіндіре алады. |
| 5.2 Мақсатты аудиторияны анықтау үшін тәсілдер таңдап,мақсатты онлайн-промоушн аудиторияның портретін қалыптастыра алады. |
| **Пререквизиттер**  |  |
| **Постреквизиттер** |  |
| **Оқу ресурстары** | **Әдебиет:** негізгі **Зерттеушілік инфрақұрылымы**1. Калинина А.Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. 2. Кобелев О.А. Электронная коммерция / Под ред. С.В.Пирогова. - 3-е изд. - М.: 'Дашков и К', 2008. 2 Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебное пособие / А. А. Казущик. - Минск: Беларусь, 2011. - 246 с. Электронный бизнес: учебное пособие / В.А.Грабауров. – Минск: БГЭУ, 2007. – 211с. .3 Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с. 3. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. - 479 с. 4 Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080303 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А.Васильев, Д.А. Забегалин. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 183 с. Қосымша:**1** Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич. - М.: Дашков и К, 2016. - 196 c. 2. Габинская, О.С. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / О.С. Габинская. - М.: Академия, 2018. - 176 c. 3. Красюк, И.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.Н. Красюк. - М.: Инфра-М, 2018. - 416 c. 4. Мазилкина, Е.И Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2016. 5Интернет-реклама и pr : методические указания / составитель М. С. Круглова. — Сочи : СГУ, 2020. — 42 с. — Текст : электронный // Лань : электронно- библиотечная система. — URL: https://e.lan ook.com/ ook/172131 (дата обращения: 28.10.2021). **Интернет-ресурстар**  1. http://www.marketcenter.ru/ 1. <http://www.marketing.spb.ru/> 2. https://www.marketologi.ru/ Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал и интернет-источники, используемые для выполнения заданий лекций, семинаров, СРС, будут доступны на вашей странице в системе Универ |

|  |  |
| --- | --- |
| **Пәннің** **академиялық** **саясаты**  | Пәннің академиялық саясаты әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың Академиялық саясатымен және академиялық адалдық Саясатымен айқындалады. Құжаттар Univer ИЖ басты бетінде қолжетімді.**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.**Сабаққа қатысуы.** Әр тапсырманың мерзімі пән мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген. Мерзімдерді сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі.**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.**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 әрқашан 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. Әртүрлілік өмірдің барлық жақтарын күшейтеді.Барлық білім алушылар, әсіресе мүмкіндігі шектеулі жандар, телефон/e-mail немесе MS Teams-тегі бейне байланыс арқылы  *з* кеңестік көмек ала алады.**MOOC интеграциясы (massive openlline course). MOOC-**тың пәнге интеграциялануы жағдайында барлық білім алушылар **MOOC-**қа тіркелуі қажет. **MOOC** модульдерінің өту мерзімі пәнді оқу кестесіне сәйкес қатаң сақталуы керек.**Назар салыңыз!** Әр тапсырманың мерзімі пәннің мазмұнын іске асыру күнтізбесінде (кестесінде) көрсетілген, сондай-ақ **MOOC-**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** | **Критериалды бағалау** –айқын әзірленген критерийлер негізінде оқытудың нақты қол жеткізілген нәтижелерін оқытудан күтілетін нәтижелерімен ара салмақтық процесі. Формативті және жиынтық бағалауға негізделген.**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.**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. |
| A | 4,0 | 95-100 | Өте жақсы |
| A- | 3,67 | 90-94 |
| B+ | 3,33 | 85-89 | Жақсы  |
| B | 3,0 | 80-84 | **Формативті және жиынтық бағалау**  | **% мәндегі баллдар**   |
| 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 | Қанағаттанарлықсыз  |
| 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** «Онлайн бизнестің негіздері»  |
| 1 | **Д 1.** Экономика мен басқарудағы ақпараттық үдерістер |  |  |
| **СС 1** Жеке бизнесті жоспарлау және бәсекелестерді теңестіру |  |  |
| 2 | **Д 2.** Желілік экономикадағы кәсіпорын.  |  |  |
| **СС 2.** Бизнесті түрлендіру |  |  |
| **ОБӨЖ 1. БӨЖ 1** орындау бойынша кеңестер |  |  |
| 3 | **Д 3.** Онлайн бизнестің негізгі сипаттары, оның түрлері |  |  |
| **СС 3.** Іскер кәсіпорынды қайта құру. |  |  |
| **БӨЖ 1.** Қазіргі қоғамдағы ақпараттың ролі |  |  |
| 4 | **Д 4.** Онлайн коммерция. Негізгі бағыттары |  |  |
| **СС 4.** Іскер кәсіпорынды қайта құру. |  |  |
| 5 | Д5 Электронды коммерцияның ерекшеліктері**.**  |  |  |
| **СС 5.** Интернет – технологиялардың көмегімен тауарды жылжыту |  |  |
| .**МОДУЛЬ 2** Электронды коммерция. |
| 6 | **Д 6.**  Электронды коммерцияның түрлері.Электронды коммерцияның негізгі бағыттары |  |  |
| **СС 6.**  Коммерциялық кезеңдік және электронды коммерцияға шығу стратегиясы |  |  |
| **ОБӨЖ 2. БӨЖ 2** орындау бойынша кеңестер |  |  |
| 7 | **Д 7.**  Онлайн-промоушн түрлері .Баннерлік промоушн. |  |  |
| **СС 7** Электронды коммерцияның ерекшеліктері. |  |  |
| **БӨЖ 2.**«Ғаламдық экономика жағдайындағы кәсіпорынның жаңа міндеттері» |  |  |
| **Аралық бақылау 1**  | **100** |
| 8 | **Д 8.**. Интернет-жарнаманың мазмұны және оның ерекшеліктері .  |  |  |
| **СС 8.** Тиімді онлайн жарнама |  |  |
| **ОБӨЖ 3. БӨЖ3**  Интернеттегі бәсекелестікпен күрестің тиімді тәсілдерін қарастыру |  |  |
| 9 | **Д 9.** Маркетинг принциптері |  |  |
| **СС 9.** Интернеттегі дербес маркетинг.Онлайн-промоушнның Интернет – арнасы.  |  |  |
| 10 | **Д 10.** Тұтынушыға арналған бизнес  |  |  |
| **СС 10.** Онлайн саудалар  |  |  |
| **ОБӨЖ 4. БӨЖ 4** кеңестер |  |  |
| **МОДУЛЬ 3 Онлайн бизнес** |
| 11 | **Д 11.**Онлайн бизнестің негізгі сипаттары, оның түрлері |  |  |
| **СС 11.** Пайдаланушылардың желілік құрылымдар арқылы әлемдік ресурстармен өзара әрекет етуінің технологиясы мен тәжірибесі. |  |  |
| 12 | **Д 12.** Онлайн бизнестің артықшылықтары.  |  |  |
| **СС 12.** Интернет – технологиялардың көмегімен тауарды жылжыту |  |  |
| **БӨЖ 4. Интернет-жарнаманың негізгі түрлері және құралдары.** |  |  |
| 13 | **Д 13.** Интернеттегі маркетингтік әдістер |  |  |
| **СС 13.** Коммерциялық кезеңдік және электронды коммерцияға шығу стратегиясы |  |  |
| **ОБӨЖ 5. БӨЗ 5** орындау бойынша кеңестер |  |  |
| 14 | **Д 14.** Электронды сауда |  |  |
| **СС 14** . Медиа жоспар әзірлеу |  |  |
| **БӨЖ 5.** Электронды брендинг пен маркетинг түсініктерін қарастыру |  |  |
| **15** | **Д 15.** Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы заң  |  |  |
| **СС 15.ҚР** онлайн платформалар және онлайн-жарнама туралы заңы |  |  |
| **Аралық бақылау 2** | **100** |
| **Қорытынды бақылау (емтихан)** | **100** |
| **Пән үшін жиынтығы**  | **100** |

**Декан \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Oқыту және білім беру сапасы бойынша**

**Академиялық комитетінің төрағасы\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Дәріскер Нуриден Р:Ш.**

**ЖИЫНТЫҚ БАҒАЛАУ РУБРИКАТОРЫ**

**ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІН БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ**

**Тапсырма атауы БӨЖ 1.** Қазіргі қоғамдағы ақпараттың ролі

 (100% Аралық бақылаудан % баллдар мөлшері, оқу курсының мазмұнын іске асыру күнтізбесінен (кестесінен) көшіру, оқыту және білім беру әдістері)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерийі**   | **«Өте жақсы»**  **% макс. салмағы**  | **«Жақсы»**  **% макс. салмағы**  | **«Қанағаттанарлық»**  **% макс. салмағы**  | **«Қанағаттанарлықсыз»**  **% макс. салмағы**  |
| оқу процесіне белсенді қатысу | Тақырыпты аша алады.Сауатты баяндайды.Берілген әдебиеттерді қарастырған.Семестр бойы сабаққа белсенді қатысады.Нақты деректерді пайдалана алады..  | Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады.Қоғамдағы ақпараттың ролін түсінгенімен, экономикадағы һзгерістерді айтуда ойын жинақтай алмайды. | Деректерді қате ұсынады. Өзіндік пікір айта алмайды. Әдебиеттерді оқымаған. Дайындығы нашар. | Тақырып бойынша ештеме білмейді.Дайындық жоқ. |
| командадағы белсенді жұмыс және пікірсайыстарға қатысу |  |  |  |  |
| тиянақтылық, ұқыптылық міндеттілік |  |  |  |  |
| өзіндік тапсырмаларды белгіленген мерзімде орындау  |  |  |  |  |
| шыдамдылық, мейірімділік, ашықтық |  |  |  |  |

**БӨЖ 2.**«Ғаламдық экономика жағдайындағы кәсіпорынның жаңа міндеттері»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **Критерийі**   | **Өте жақсы»**  **% макс. салмағы**  | **Жақсы»**  **% макс. салмағы**  | **Қанағаттанарлық»**  **% макс. салмағы**  | **«Қанағаттанарлықсыз»**  **% макс. салмағы**  |
| оқу процесіне белсенді қатысу | Тақырыпты аша алады.Сауатты баяндайды.Берілген әдебиеттерді қарастырған.Семестр бойы сабаққа белсенді қатысадыНақты деректерді пайдалана алады.. | Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады. Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады.Кәсіпорынның міндеттерінТолық айта алмайды.  | Деректерді қате ұсынады. Өзіндік пікір айта алмайды. Әдебиеттерді оқымаған. Дайындығы нашар. | Тақырып бойынша ештеме білмейді.Дайындық жоқ. Ғаламдық экономиканың ерекшеліктерін мүлде білмейді. |
| командадағы белсенді жұмыс және пікірсайыстарға қатысу |  |  |  |  |
| тиянақтылық, ұқыптылық міндеттілік |  |  |  |  |
| өзіндік тапсырмаларды белгіленген мерзімде орындау  |  |  |  |  |
| шыдамдылық, мейірімділік, ашықтық |   |  . |   |   |

**БӨЖ3**  Интернеттегі бәсекелестікпен күрестің тиімді тәсілдерін қарастыру

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерийі**   | **«Өте жақсы»**  20-25 %  | **«Жақсы»** 15-20%   | **«Қанағаттанарлық»** 10-15% |  |
| оқу процесіне белсенді қатысу |  Тақырыпты аша алады.Сауатты баяндайды.Берілген әдебиеттерді қарастырған.Семестр бойы сабаққа белсенді қатысадыНақты деректерді пайдалана алады.. |  . Интернеттегі бәсекелестікпен күрестің тиімді тәсілдерін қарастырукезінде қателіктерге жол береді. Сауатты, бірақ баяндау кезінде нақты деректерге жүгінбейді. |   Интернеттегі бәсекелестікпен күрестің тиімді тәсілдерін қарастыруда деректерді қате ұсынады. Әдебиеттерді оқымаған. Дайындығы нашар |  Тақырып бойынша ештеме білмейді.Дайындық жоқ. |
| командадағы белсенді жұмыс және пікірсайыстарға қатысу |   |   |  . |  .   |
| тиянақтылық, ұқыптылық міндеттілік |   |   |   |   |
| өзіндік тапсырмаларды белгіленген мерзімде орындау  |  |  |  |  |
| шыдамдылық, мейірімділік, ашықтық |   |   |   |    |

**БӨЖ 4. БӨЖ 4. Интернет-жарнаманың негізгі түрлері және құралдары.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерийі**   | **«Өте жақсы»**  20-25 %  | **«Жақсы»** 15-20%   | **«Қанағаттанарлық»** 10-15% | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-10% |
| оқу процесіне белсенді қатысу |  . Тақырыпты аша алады.Сауатты баяндайды.Берілген әдебиеттерді қарастырған.Семестр бойы сабаққа белсенді қатысадыНақты деректерді пайдалана алады.. |  . Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады. Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады. Интернет жарнаманың негізгі түрлерінШатастырады.  |   Интернет жарнаманың түрлері мен құралдарын толық аша алмайды. Дайындық нашар. |  Ешқандай дайындық жоқ. |
| командадағы белсенді жұмыс және пікірсайыстарға қатысу |  |  |  |  |
| өзіндік тапсырмаларды белгіленген мерзімде орындау  |   |   |  . |  .   |
|  тиянақтылық, ұқыптылық міндеттілік |   |   |   |   |
| шыдамдылық, мейірімділік, ашықтық. |  |  |  |  |

 **БӨЖ 5.** Электронды брендинг пен маркетинг түсініктерін қарастыру **(АБ 100%-ның 25%)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **Критерийі**   | **«Өте жақсы»**  20-25 %  | **«Жақсы»** 15-20%   | **«Қанағаттанарлық»** 10-15% | **«Қанағаттанарлықсыз»** 0-10% |
| оқу процесіне белсенді қатысу | Брендинг пен маркетингтің ара жігін ашады. Тақырыпты меңгерген..Сауатты баяндайды.Берілген әдебиеттерді қарастырған.Семестр бойы сабаққа белсенді қатысадыНақты деректерді пайдалана алады.. |  Жалпы сауатты, баяндау кезінде қателіктерге жол береді.Тақырыпты ішінара ашады.Брендинг жайлы мағлұмат аздау. Маркетинг жайлы сауатты баяндайды.  |   Брендинг пен маркетингтің түрлері мен құралдарын толық аша алмайды. Дайындық нашар. |  Пікірсайысқа қатыса алмайды.Дайындық жоқ. |
| командадағы белсенді жұмыс және пікірсайыстарға қатысу |   |   |  . |  .   |
| өзіндік тапсырмаларды белгіленген мерзімде орындау  |   |   |   |   |
| тиянақтылық, ұқыптылық міндеттілік |  |  |  |  |
| шыдамдылық, мейірімділік, ашықтық. |  |  |  |  |