**Пәннің қысқаша мазмұны**

**Дәріс1 Экономика мен басқарудағы ақпараттық үдерістер**

Ақпараттық дәуірге ену: жаңа әлемнің генезисі; ақпараттық технологиялардың арту қуаты. Интернеттің негізгі ұғымдары. Интернеттегі бизнестің негізгі міндеттері**.**

**Дәріс 2 Желілік экономикадағы кәсіпорын**

Ғаламдық экономиканы дамыту. Индустриалды экономиканы қайта құру. Іскер кәсіпорынды қайта құру.

**Дәріс 3 Онлайн бизнестің негізгі сипаттары, оның түрлері**

Онлайн бизнес деген не? Онлайн бизнестің буыны. Онлайнбизнестің артықшылықтары. Онлайн бизнестің түрлері

**Дәріс 4 Онлайн коммерция. Негізгі бағыттары**

Онлайн коммерция ұғымы дәстүрлі бизнесте интернет – технологияларды қолдану туралы ғана емес, мүлде жаңа технология. . Интернет желісі болып табылатын коммерциялық қызмет саласы қызметі мен коммерциялық құрылымдардың қызметі жүзеге асырылатын орта. Электронды сауда нарықты ұйымдастырудың ерекше формасы. ретінде әрекет етеді. Электрондық коммерцияны осылайша анықтауда қажет тауарлардың бағасы мен олардың санын анықтауға бағытталған контрагенттердің (сатушы мен сатып алушының) өзара әрекеттесу жүйесі ретінде нарық электронды сауда нарығының контрагенттерінің өзара әрекеттесу ерекшеліктері.

**Дәріс 5 Электронды коммерцияның ерекшеліктері.**

 Электрондық коммерция [логистикаға](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0) және электрондық өзара іс-қимылдың ғалами сипатын ескере отырып жеткізу мәселесіне ерекше талап қояды. Электрондық коммерция екі секторға бөлінеді. Олар: көтерме сауда секторы (busіness-to-busіness, B2В) және бөлшек сауда секторы (busіness-to-consumer, B2C). B2В аясындағы қызметтің ерекше түрі – Marketplace – нарықтық алаңша жасау. Қазір елдегі нарықта Қытай тауарлары қолма-қол ғана емес, интернет саудасында да алға шығып отыр. Орта есеппен, интернет арқылы жасалған саудада 10 тауардың тек 1-еуі ғана отандық өнімге жұмсалады

**Дәріс 6. Онлайнкоммерцияның түрлері**

Электронды коммерцияның түрлері.  Электрондық коммерция құралдары бағалы қағаздармен сауданы ұйымдастыруға, заңды тұлғалар арасында мәміле жасасуға, электрондық биржаларда қызмет жүргізуге, тапсырысты және тұтынушылық тауарлардың, көрсетілетін туристік, білім беру, көрсетілетін [коммуналдық қызметтердің](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B4%D1%8B%D2%9B_%D2%9B%D1%8B%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D1%82&action=edit&redlink=1" \o "Коммуналдық қызмет (мұндай бет жоқ)) ақысын төлеуге мүмкіндік береді. Тауарды жарнамалау, оған тапсырыс беру, ақы төлеу, жеткізу жұмыстары желілік құралдарды пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Мысалы, желілік жарнамалау кезінде дүкен өзінің Web-тізілімін немесе [Web-сайтта](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=Web-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82&action=edit&redlink=1" \o "Web-сайт (мұндай бет жоқ)) сөре жасайды, мұнда сатып алушы тауардың ерекшеліктері мен сипаттамалары туралы хабарды оқып қана қоймайды, сонымен бірге мультимедиа-

**Дәріс7 Онлайн-промоушн түрлері**

Контекстік промоушн.Таргет жарнама.Лендинг пейдж.

Баннерлік жарнама - бұл кескін немесе бірнеше өзгеретін кескін түріндегі жарнама. Бұл жазбалар пайдаланушылардың назарын аударуға жақсы және мәтіндік жарнамаларға қарағанда басылатын болады. Сондай-ақ, суреттерге қысқа мәтінді қоюға болады, бұл ауысулар санын 5-15% арттырады!

Барлық интернет -баннерлерді мақсатына қарай бөлуге болады:

1. Мақсатты. Жарнамаланатын сайтқа аудиторияны тарту үшін.
2. Ішкі. Бір ресурстың басқа бетіне өту үшін қолданылады.
3. Сыртқы. Бір веб -сайттан екіншісіне өту үшін қолданылады.
4. Ақпараттық. Олардың мақсаты - қызмет, өнім немесе оқиға туралы айту және оларды сатып алуға ынталандыру.
5. Брендті. Мақсат - брендтің танымалдылығын арттыру және сенімді нығайту.

Интернеттегі жарнамалық баннердің тиімділігінің құпиясы - бұл мақсатты аудиторияны әзірлеу, қызықты дизайн мен тартымды мәтін, тақырып. Сіздің жарнамаңыздың жылдамдығына әсер ететін басқа да факторлар бар

**Дәріс 8 Интернет-жарнаманың мазмұны және оның ерекшеліктері** Интернет жарнама дегеніміз не**?**Интернеттегі медиа жарнама әртүрлі жарнамалық форматтардың жиынтығы, олардың ішінде қосымшалар, веб-сайттар, әлеуметтік желілер және т. б. арқылы бұқаралық аудиторияны тартуға арналған мәтін, графика, визуалды, аудио, видео материалдар. Қазіргі ақпарат үстемдік жүргізген ғасырда, гаджеттер мен технологиялардың белсенді дамуына байланысты интернет көптен бері адам өмірінің ажырамас бөлігіне айналды. Бұл өнім/бренд туралы қажетті ақпаратты әлеуетті сатып алушыға жеткізуге мүмкіндік беретін онлайн жарнама әдістері. Мұндай жарнаманың ерекшелігі сол бұл жерегі пайдаланушылар саны шексіз басқаша айтқанда бүкіл виртуалды әлем сіздің назарыңызда. Мақсатты пайдаланып ақпаратты қажетті пайдаланушыларға жеткізу мүмкіндігі, икемділік, бейімделу және өзгерте білу – сіз мақсатты аудиторияңызға және компанияның қажеттіліктеріне байланысты әртүрлі онлайн жарнама форматтарын тексере аласыз. Тағы бір маңызды ерекшелігі – деректерді талдау, оның көмегімен сіз өзіңіздің барлық бизнесіңіздің тиімділігін зерттей аласыз.

**Дәріс 9** Маркетинг принциптері

Тікелей, онлайн, әлеуметтік желі және мобильді маркетинг.

Сатып алушылар үшін тікелей және цифрлық маркетинг ыңғайлы және қарапайым. Ол сатып алушылар үшін кез-келген жерде, кез-келген уақытта тауарлардың шексіз ассортиментіне және өнімнің құндылығына қол жеткізуге мүмкіндік береді. Тікелей маркетинг арқылы сатып алушылар сатушылармен телефон арқылы немесе сатушының веб-сайтында немесе мобильді қосымшада өздері қалаған ақпарат, өнімдер немесе қызметтердің конфигурациясын жасау үшін өзара әрекеттесе алады, содан кейін оларға тапсырыс бере алады. Сатушылар үшін тікелей маркетинг көбінесе өз тұтынушыларына неғұрлым арзан, тиімді және тез жолмен қол жеткізуді қамтамасыз етеді. Тікелей маркетингтің жеке сипатына қарай, компаниялар телефонмен немесе желіде клиенттермен өзара әрекеттесе алады, олардың қажеттіліктері туралы көбірек біле алады және өнімдер мен қызметтерді нақты тұтынушылар талғамына қарай бейімдейді. Өз кезегінде, тұтынушылар өздерін мазалаған сұрақтарын қоя алады және компания өкілдерін кері байланысқа шығуын сұрайды. Әсіресе бүгінгі цифрлық ортада тікелей маркетинг нақты уақыттағы маркетинг дамуына мүмкіндік береді. Дәстүрлі тікелей маркетингтік құралдарға бетпе-бет сату, тікелей пошта маркетингі, каталогты маркетинг, телемаркетинг, тікелей эфирлік маркетинг және киоск маркетингі кіреді. Алайда соңғы жылдары цифрлық маркетингтік құралдардың жарқын жаңа жиынтығы онлайн маркетинг (веб-сайттар, онлайн жарнама және жарнамалық акциялар, электрондық пошта, онлайн бейнелер және блогтар), әлеуметтік медиа маркетингі және мобильді маркетинг сияқты маркетинг құралдары қарқынды дамуда. Қазір сандық технологияларды пайдалану дәрежесі және олардың адам өміріне әсері тұрақты түрде өсуде. 2020 жылға қарай тұтынушылар физикалық дүкендерден цифрлық дүкендерге сауда жасауға көшуінің арқасында, онлайн бөлшек сауда 520 миллиард доллардан асады, яғни бөлшек сауданың жалпы көлемінің 8,9 пайызын құрайды деп күтілуде. Интернет-маркетинг интернет арқылы, компанияның веб-сайттарын, онлайн-жарнама мен жылжыту құралдарын, электрондық пошта, онлайн-бейне және блогтарды пайдалану арқылы жүргізілетін маркетинг түрлері.

**Дәріс10 Тұтынушыға арналған бизнес**

Тауарлар мен қызметтердің түпкілікті жеке тұтынушыларымен жұмыс істеуге бағытталған рынок секторы. B2C секторында өндіруші мен тұтынушының арасындағы түпкілікті өнімнің мәмілесі электронды үлгіде жүзеге асырылады. В2С секторын тұтынушылар үшін Интернет арқылы өнімдерін саудалайтын электронды дүкендер мен өзге де ұйымдар құрайды.

**Дәріс 11 Онлайн бизнестің негізгі сипаттары, оның түрлері**

Электрондық бизнес – бір-бірімен [компьютерлер](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80) арқылы байланысқан желілермен жүргізілетін бизнестік қызметтің кез келген түрі. ЮНИДО-ның анықтамасы бойынша бизнес [маркетингіні](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3), өндірісті, сатуды, төлемді қамтиды. Егер осы қызметтердің кез келген екі сатысы электрондық жүйені пайдалана отырып жүзеге асырылатын болса, онда бұл бизнес электрондық бизнес деп есептеледі. Түрлері: [интернеттегі](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82) [бизнес](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81) ([Интернет-провайдинг](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3&action=edit&redlink=1), контент-провайдинг, сервис-провайдинг); Интернет төңірегіндегі бизнес (техника құралдарды жеткізу, бағдарламалық құралдарды жеткізу, Web-дизайн, бағдарламалау, ілеспе қызметтер көрсету, фирмаларды қайта сату); Интернет арқылы жүргізілетін [бизнес](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81) (Интернет-жарнама, Интернет-дүкендер, Интернет-аукциондар, Интернет-есептесу, Интернет-маркетинг, Интернет-коммерция, ақпаратқа жазылыс арқылы қол жеткізу, төлем төлеуді ұйымдастыру, Интернетте БАҚ құру.

**Дәріс 12 Онлайн бизнестің артықшылықтары.**

Бүгінде миллиондаған адамның басын бір арнаға тоғыстырып отырып, жұмыс күшін арттыруға негіз болған ол, әрине, [интернет](https://massaget.kz/layfstayl/tehno/bilesiz-be/46893/). Үйден шықпай-ақ ақша табуға, көңіл көтеруге болады.

[**Жалпы онлайн-бизнестің пайдасы не?**](https://massaget.kz/layfstayl/tehno/bilesiz-be/46224/)

**1.**Интернет-бизнесті құру және оны алға қарай дамыту өте оңай. Ол үшін сабылып офис іздеудің қажеті жоқ. Үйіңізде отырып қана жұмыс жасай аласыз.

**2.**Ол ешқандай да бір дипломдық қағазды талап етпейді. Интернет-бизнесті арнайы бір қызмет түрі ретінде емес, сүйікті ісіңіз ретінде қабылдап жұмыс жасай аласыз. Тек сізге жұмыс істеуге деген ынта мен талап керек. IT саласын жақсы меңгерген болсаңыз бұл тіптен жақсы.

**3.**Интернет-бизнес кез келген уақытта кез келген жерде ақша табуға мүмкіндік беретін ХХІ ғасырдың озық технологиясы. Үйде, далада, демалыс орнында, жолда, ұшақта – кез келген жерде пайдалана аласыз. Бастысы желіге қосылуға мүмкіндік болса болғаны.

**4.**Бұл жерде кәсіпкер өзін өте еркін сезінеді. Себебі оның қожайыны жоқ. Тек тұтынушымен арадағы байланыс қана. Ол өзіне-өзі бастық. Ешкімнің айтуымен жүруді талап етпейді.

**Интернет-бизнес арқылы не жасауға болады?**

Интернет арқылы заңнамалық немесе медициналық дәрістер өткізу. Яғни дәрістің құнын белгілі онлайн жүйесіндегі ақша арқылы есептесу. Сатуға арналған стартап түрлерін ойластыру. Математикаға, физикаға арналған көмекші құрал ретінде онлайн-есептеу құрылғысын құрастыру. Онлайн-биржа құру. Төлем жасауға болатын түрлі онлайн мүмкіндіктер тудыру.

**Дәріс 13 Интернеттегі маркетингтік әдістер**

1. веб-игеру (Интернет-ресурстарды құру және қолдау); 2. интернет-интеграция (SEO, SMO); 3. іздеу жүйесінің маркетингі (SEO); 4. жарнаманы көрсету; 5. мәтінмәндік жарнама (SEA, PPC жарнамасы) мәтін немесе баннер; 6. e-mail маркетинг; 7. серіктестік маркетинг; 8. вирустық интернет-маркетинг; 9. жасырын интернет-маркетинг; 10. интерактивті жарнама.

**Дәріс 14. Электронды сауда**

«Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының бір бағыты – электрондық сауда. Электронды сауда -еліміздің күллі экономикасының қозғаушы күші.

Интернет-бизнес – қаржы мен уақыт үнемдеудің жаңа жолы. Өз кәсібін ашуды ойлағандар осы салаға қаржы салуды құп көреді. Бірақ қазақстандық сауда-саттықтың 1,2 пайызы ғана онлайн бизнеске тиесілі. Басқаша айтқанда қазақстандық e-commerce нарығының көлемі 106,9 млрд теңгені құрайды.

Электронды коммерциясы дамыған алпауыт мемлекеттерге келетін болсақ, ең алдыңғы орынды 681 млрд доллармен Қытай алады. Артынша, АҚШ (438 млрд доллар), үшінші орын болса Ұлыбританияға тиесілі (196 млрд доллар).

Аустралия мен Түркия елдерінде де аталған сауда түрі даму үстінде. Электронды сауданың өсу қарқыны 31 пайыздан 40 пайызға дейін екен. Ал, осы аймақтардағы электронды коммерцияның даму деңгейі орта есеппен алғанда 17 пайызды құрайды.

Еуропа мемлекеттерінде е-commerce ЖІӨ-нің 4,91% құрайды. Одан кейінгі орынды Азия-Тынық мұхиты елдері иемденеді (4,87%). Ал, ең жоғарғы көрсеткіш Қытайға тиесілі (ЖІӨ – 7,9%), ЖІӨ бойынша екінші орынды Франция алады (3,95%).

Онлайн-сауда саласында satu.kz‎, технодом, kaspi.kz, flip.kz, AliExpress сұранысқа ие.

Электрондық сауданың ерекшеліктері. Уақыт үнемдеу, қауіпсіздік, салықтан жеңілдіктер, кэшбэк және бір теңгеге дейінгі дәл есеп.

Электронды сауда түсінігі Қазақстанға 2005 жылдардан бастап ене бастады. Осы уақыттан бастап 10 жыл ішінде кәсіпкерлер ғаламторда өз парақшасын ашып, кәсібін виртуалды әлемде ұсынуды үйренді.

Қазақстандағы e-commerce нарығының басым бөлігі «Air Astana» мен «Қазақстан темір жолы» АҚ-на тиесілі.

Көбінесе баннерлік жарнаманың үлесі басым.

Интернет-жарнама – жарнама нарығының 4 пайызын құрайды.

**Дәріс 15 Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы заң**

     2023 жылы осы заңға қол қойылды. Бұл заңда онлайн-жарнама – онлайн-платформаларды пайдаланушылар және (немесе) онлайн-платформалардың меншік иелері таргеттелген жарнама және (немесе) демеушілік контент, және (немесе) өзге де ақпарат түрінде жасайтын және (немесе) орналастыратын, және (немесе) тарататын, және (немесе) сақтайтын, тұлғалардың беймәлім тобына арналған онлайн-платформалардағы жарнама туралы баптар бар.