**«Брендинг және маркетингтік коммуникациялар» пәні бойынша Midterm Exam сұрақтары**

**Өткізу формасы:**Аралық бақылау ауызша формада «жабық кітаб» негізінде, магистранттардың пәнді түсіну, критикалық және аналитикалық ойлау қабілеттері мен білімдерін дәлелдеу үшін өткізіледі. Емтихан - сұрақтар негізінде ауызша пікірталас арқылы өткізіледі, яғни құрылымды аргументтерді талап етеді. Шамалас берілген 8 сұрақтың арасынан 2 сұраққа жауап беру қажет, сондай-ақ 7 апта бойынша өткізілген тақырыптар негізінде қосымша сұрақтар мен пікірталастар жүргізіледі. Максималды қойылатын балл – 100 балл.

**Тапсыру уақыты:** оқудың 8 аптасы

**Тақырыбы:**Әлеуметтік маркетингілік зерттеулерге талдау.

**Талаптары:** Өткен ақпараттар бойынша дайындалу.

**Келесі сұрақтардың жауабын білу:**

1. ҚР-ғы әлеуметтік маркетингілік зерттеулерге талдау
2. Алматы қаласы бойынша ірі сауда кәсіпорындарында макетингілік қызмет көрсету ерекшеліктері
3. Маркетингілік коммуникация және бренд жасау: презентация және жарнама концепциясын құру
4. Қоғаммен байланыс орнату технологияларын жасау ережелерін талдау

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Синяев В.В., Земляк С.В., Синяева И.М. Маркетинговые коммуникации. М.: Дашков и Ко, 2011. 324 с.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010. – 576с.
3. Багиев Г.Л. Маркетинг / Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. – СПб.: Питер, 2006. – 736 с.
4. Годин А.М. Маркетинг / А.М. Годин – М.: Дашков и К, 2006. – 760 с.
5. Маркетинг: активные методы обучения: учебное пособие. – М.: Кнорус, 2009. – 416 с.
6. Маслова Т.Д., Божук С.Г. Маркетинг.– СПб.:Питер, 2009. – 384 с.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник / А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2009, - 656 с. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
8. Синяева И.М. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. – ИД Дашков и К, 2005. – 304 с.

**Ауызша пікірталастың бағасы**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **A (90-100 балл)****Өте жақсы** | **B (75-89 балл)****Жақсы** | **C (50-74 балл)****Қанағаттанарлық** | **D (0-49)** |
| **Ортақ түсінік** | Толығымен дамыған аргументтердің көмегімен тақырыптың терең түсінгендігін көрсетеді.  | Тақырыптың шектеулі түсінігін, аргументтердің толығымен дамымауын көрсетеді. | Аргументтер қажетті деңгейде дамымаған, тақырыпқа немқұрайлықпен қарау.  | Тақырыпты түсінгендігін жеткізе алмайды, ешқандай нақты аргументтер келтіре алмайды.  |
| **Аргументтер** | Аргументін немесе позициясын нақты құрастырады | Масштабы бойынша аргументтердің шектеулі немесе толық емес құрастырылу  | Айқындамасы немесе аргументтері бірегейлік, нақты емес  | Айқындамасын және аргументтерін нақты құрмайды.  |
| **Дәлелдемелер** | Өзекті және нақты дәлелдемелерді көрсетеді. Аргументті қолдау үшін қажетті дәлелдемелер айтылады. | Барынша өзекті және нақты дәлелдемелерді келтіреді. Аргументті қолдауда шектеулі дәлелдеме келтіреді.  | Дәлелдерді нақты жеткізе алмайды немесе қатысы болмайды, алайда қосымша сұрақтар негізінде өзгертіледі. Аргументті қолдау үшін қажетті дәлел болмайды , бірақ сұраныс негізінде көбейеді.  | Көп нақты емес және өзекті емес дәлелдерді келтіреді. Қосымша сұрақтар негізінде де, аргументтерді қолдай алмайды. |
| **Салдары** | Айқындама немесе аргументтің негізгі салдарлары толығымен сараланады.  | Негізгі салдарлардың бірнешеуі байыпты сараланады.  | Негізгі салдарлардан басқа, маңызы жоқ салдарлар айтылады немесе негізгі салдарларды байыпсыз саралайды.  | Айқындама немесе аргументтер мүлдем сараланбайды. |
| **Құрылымы** | Идеяны дамыту барысында логиканың болуы.  | Идеяның дамуында логикалық жүйеліктің болмауы немесе сәйкес келмеуі.  | Реттілік процесінде логиканың болмауы немесе идеялардың сәйкес болмауы. | Аргументті түсіну өте қиын, идеяның логикалық емес түрде дамуы.  |