	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 1 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	



Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

ВКТУ им.Д.Серикбаева

УТВЕРЖДАЮ:

Декан БШ:

Закимова А.М.

_____ 2025 г.

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Рабочая учебная программа (силлабус)

Образовательная программа: 6В04107 Social медиа маркетинг, 6В04103 Бизнес-управление производственными системами, 6В04104 Учет, анализ и аудит на предприятии, 6В04106 Управление финансами наукоемких предприятий, 6В04108 - Инновационные технологии маркетинга


Код дисциплины: ОМ2204 (6В04107), ОМ2207 (6В04103), ОМ3211 (6В04106), ОМ3215 (6В04104)

Количество кредитов: 4 (6В04103), 5 (6В04104, 6В04106, 6В04107, 6В04108)

Цикл: БД

Компонент: ВК

Усть-Каменогорск, 2025

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 2 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Рабочая учебная программа (силлабус) разработана на «БШ» на основании Государственных общеобязательных стандартов высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования РК №2 от 20.07.2022 г.), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки РК от №152 от 20.04.2011 г.), Образовательной программы, Рабочего учебного плана, Каталога элективных дисциплин.

Одобрено Комиссией по обеспечению качества

Председатель

Дата 28.08.2025 г. протокол №1

Жанабаева А.С.

Руководитель образовательной программы


Байтикенова Г.А.
6В04107, 6В04108
Варавин Е.В.
6В04103, 6В04104, 6В04106

Сотрудник библиотеки

Дроздова О.Н.

Разработал

Рахимбердинова М.У.
Профессор
Гранецкий В.Н.
Ассоциированный профессор

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 3 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Краткое описание дисциплины

Дисциплина предназначена для формирования у слушателей представления о системе маркетинга, включая методы работы на рынке, т.е. удовлетворение запросов потребителей с выгодой для себя. Рассматривается инструментарий маркетинга: маркетинговые исследования, сегментация потребителей и выбор целевого рынка, стратегическое планирование и позиционирование товаров на рынке, а также план маркетинга и жизненный цикл товаров. Кроме того, рассматриваются новые направления маркетинга: креативные коммуникации, латеральный и иммерсивный маркетинг (слияние цифрового и физического миров).

1.2 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

освоение современных концепций маркетинга, основ управления маркетинговой деятельностью в инновационной сфере, приобретение навыков принятия типичных маркетинговых управленческих решений.

Задачи изучения дисциплины:

- проведения маркетинговых исследований для разработки маркетинговых стратегий с учетом конкурентного окружения в целях развития инновационной деятельности путем проведения эффективной маркетинговой политики.


1.3 Цели устойчивого развития

Цель 9. Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям

1.4 Результаты обучения

Результаты обучения определяются на основе Дублинских дескрипторов соответствующего уровня образования и выражаются через компетенции.

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
КК3 - Способность формировать и определять личность в социальной среде и ориентироваться на здоровый образ жизни. (6В04103)	РО3 - Демонстрировать знания, способствующие формированию целостной личности в экономико-правовой, социально-культурной среде, принимать обоснованные решения, учитывая инклюзивность и обеспечение равных возможностей для всех участников. (6В04103)	- уметь выполнить анализ потенциала рынка, организовать продвижение новых товаров - понимать роли и значения информации в процессе управления маркетингом инноваций
	РО4 - Применять методы обеспечения безопасности социальных систем в целях сохранения, развития и эффективного функционирования личности, общества и государства. (6В04103)	- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в сфере маркетинга инноваций - владеть методами анализа привлекательности и экономической

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 4 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	


Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
КК4 - Способность выявлять тенденции в развитии экономики, осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения профессиональных задач. (6В04107)	PO4 - Владеть понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, маркетинга понимать рыночные процессы и взаимосвязи. (6В04107)	эффективности инновационных и традиционных рынков
	PO5 - Оперировать понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, учета, финансов анализировать глобальные и региональные экономические процессы (6В04103)	
	PO5 - Оперировать понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, учета, финансов, анализировать глобальные и региональные экономические процессы (6В04104)	
	PO5 - Оперировать понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, учета, финансов, анализировать глобальные и региональные экономические процессы (6В04106)	
	PO7 - Обладать навыками сбора и обработки статистической информации с использованием экономико-математических методов (6В04104)	

1.5 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

1.5.1 Современные образовательные технологии

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий:

- Разработка производственной программы

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 5 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

1.5.2 Адаптивные образовательные технологии (инклюзивное обучение)

Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии:

- разработка SWOT - анализа и выбора стратегии

1.6 Пререквизиты


- География. Мектеп курсы / География. Школьный курс (6В04104)
- Психология / Психология (6В04107)
- Экономическая теория

1.7 Постреквизиты

- Брендменеджмент (6В04107)
- Веб дизайн, юзабилити и его продвижение (6В04107)
- Дата журналистика (6В04107)
- Имиджмейкерство (6В04107)
- Коммуникации в организации (6В04107)
- Контент-маркетинг (6В04107)
- Копирайтинг и журналистика (6В04107)
- Навыки создания аналитических материалов (6В04107)
- Основы медиапланирования (6В04107)
- Паблик рилейшинз (6В04107)
- Поисковая оптимизация и маркетинг (6В04107)
- Поисковый маркетинг (6В04107)
- Разработка электронных медиапродуктов и реклама (6В04107)
- Сетевые сообщества и блоггинг (6В04107)
- Современные технологии PR (6В04107)
- Современный медиарынок (6В04107)
- Средства массовой коммуникации (6В04107)
- Управление интернет-сообществами (6В04107)
- Управление поведением потребителей на рынке (6В04107)
- Управление репутацией и SEO (6В04107)
- Управление цифровыми проектами (6В04107)
- Цифровой маркетинг и реклама (6В04107)
- Цифровые интегрированные маркетинговые коммуникации (6В04107)

1.8 Трудоемкость дисциплины

Виды работ	часы
<i>6В04103, 6В04108</i>	
Лекции	15
Практические работы	30
СРОП	15


	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 6 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Виды работ	часы
СРО	60
Форма проведения итогового контроля	экзамен
<i>6B04104, 6B04106, 6B04107</i>	
Лекции	15
Практические работы	30
СРОП	30
СРО	75
Форма проведения итогового контроля	экзамен


2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Тематический план

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Достижимые результаты CDIO	Метод обучения	Ссылка на литературу
Лекционные занятия					
1	Тема 1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	1	-		1,3,5
2	Тема 2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации Понятие системы маркетинговой информации, ее роль и необходимость. Понятие, цели, объекты и методы маркетинговых исследований.	1	-		1,3,5
3	Тема 3. Маркетинговая среда Понятие маркетинговой среды. Составные части маркетинговой среды: микросреда, макросреда	1	-		1,3,5
4	Тема 4. Поведение потребителей на рынке Понятия «потребность», «потребитель», «покупатель», «покупательский рынок». Личные потребности потребителей: абсолютные и относительные потребности.	1	-		2,3,5
5	Тема 5. Сегментирования рынка и позиционирование товара	1	-		3,4,5
6	Тема 6. Товар в системе маркетинга Понятие товара. Конкретный продукт, расширенный продукт, обобщенный продукт. Классификация товаров и услуг.	1	-		3,4,5
7	Тема 7. Товарная политика маркетинга Товарные стратегии. Разработка нового продукта.	1	-		3,4,5
8	Тема 8. Ценовая политика маркетинга	1	-		3,4,5

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 7 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Достижимые результаты CDIO	Метод обучения	Ссылка на литературу
	Понятие цены и роль в системе маркетинга.				
9	Тема 9. Сбытовая политика в маркетинге Определение канала распределения, его значение и функции. Уровни каналов распределения и их структура.	1	-		3,4,5
10	Тема 10. Коммуникативная политика в маркетинге Понятие системы коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	1	-		1,2,5
11	Тема 11. Планирование в системе маркетинга. Стратегическое планирование: этапы SWOT - анализ и выбор стратегии.	1	-		1,2,5
12	Тема 12. Международный маркетинг. Содержание понятия «международный маркетинг». Роль и значение международного маркетинга.	1	-		3,4,5
13	Тема 13. Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности Услуги в современной экономике. Факторы, влияющие на развитие рынка услуг	1	-		1,2,3,4,5
14	Тема 14. Латеральный маркетинг как технология поиска революционных идей. Маркетинг 6.0.	1	-		4,5
15	Тема 15. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты. Итоговый обзор лекций.	1	-		6
ИТОГО		15			
Практические занятия					
1	Тема 1. История маркетинга. Основные понятия и определения.	2	-		1,3,5
2	Тема 2. Окружающая среда фирмы (маркетин - га) и ее характеристика. Система маркетинговых исследований и порядок разработки анкет и сбора первичной и вторичной информации.	2	-		1,3,5
3	Тема 3. Маркетинговые исследования в социальных сетях.	2	-		1,3,5
4	Тема 4. Изучение и выбор целевых рынков компании. Сегментация рынка и позиционирование товаров на нем.	2	-		1,2


	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 8 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Достижимые результаты CDIO	Метод обучения	Ссылка на литературу
5	Тема 5. Товарная политика компании. Классификация товаров. Жизненный цикл основного продукта компании и ее стратегия.	2	-		1,2,5
6	Тема 6. Разработка нового продукта. Латеральный разрыв. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании.	2	-		1,2,5
7	Тема 7. Ценовая политика компании. Методы установления цен. Виды конкуренции.	2	-		3,4,5
8	Тема 8. Сбытовая политика и каналы распределения продукции. Интернет торговля. Ozon, Wildberries и др.	2	-		1,2,3
9	Тема 9. Стратегии коммуникаций компании. Рекламная кампания и социальные сети.	2	-		1,2,3,6
10	Тема 10. Стратегическое планирование: понятие, роль и этапы. SWOT - анализ и порядок его разработки. Маркетинговые стратегии компании	2	-		1,2,3,4,5
11	Тема 11. Международный маркетинг. Роль и значение международного маркетинга. Стратегия выхода на международный рынок / Стратегия внедрения на казахстанский рынок	2	-		1,2,3
12	Тема 12. Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности Услуги в современной экономике. Факторы, влияющие на развитие рынка услуг	2	-		1,2,3
13	Тема 13. Латеральный Маркетинг и методы разработки новых рынков, категорий и подкатегорий.	2	-		5
14	Тема 14. Маркетинг б. 0 Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического миров	2	-		4
15	Тема 15. Креативные средства и инструменты коммуникационного маркетинга. Подведение итогов.	2	-		6
ИТОГО		30			

2.2 Задания для самостоятельной работы обучающегося (СРО)




Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Результаты CDIO
1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	Основные понятия и определения	опрос	1	5	-
2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации	разработка анкеты	опрос	2	5	-
3. Окружающая среда фирмы	проведение опросов	Дискуссия	3	5	-
4. Разработка целевого рынка и его сегментация.	Сегментация потребителей на основе анкетирования	Разбор анкет	4	5	-
5. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании	проведение опросов и анализ анкеты	Разбор анкет и опрос	5	5	-
Позиционирование товаров на рынке	Определение ниши рынка	Построение круговых диаграмм	6	5	-
Товарная политика маркетинга Товарные стратегии	Разработка презентации	Защита презентации	7	5	-
Ценовая политика маркетинга Понятие цены и роль в системе маркетинга.	Решение задач	представление задач	8	5	-
Сбытовая политика в маркетинге	Решение задач	Опрос	9	5	-
Коммуникационная политика	Разработать презентацию	Опрос	10	5	-
Стратегическое планирование: понятие, роль и этапы. Маркетинговые стратегии компании	Разработать SWOT - анализ и выбрать стратегию.	Опрос	11	5	-
Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности	Некоммерческий маркетинг	опрос	12	5	-

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 10 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Результаты CDIO
Международный маркетинг. Роль и значение международного маркетинга. Стратегия выхода на международный рынок / Стратегия внедрения на казахстанский рынок	Стратегия выхода на международный рынок /	дискуссия	13	5	-
Латеральный Маркетинг и методы разработки новых рынков, категорий и подкатегорий.	методы латерального разрыва	разработка инновационных стратегий на уровне товара и рынка	14	5	-
Маркетинг 6.0 - иммерсивного маркетинга	- иммерсивность - слияние цифрового и физического миров	дискуссии о будущем маркетинга	15	5	-
ИТОГО				75	

2.3 График сдачи заданий по дисциплине

Вид задания	Академический период обучения, неделя														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Знание															
Конспект лекций 1		+													
Разбор ситуаций и решение задач 1			+												
Рубежный контроль 1				+			+								
Конспект лекций 2									+						
Рубежный контроль 2															+
Понимание															
Эссе	+														
Конспект лекций 1		+													
Разбор ситуаций и решение задач 1			+												
Реферат					+										
Конспект лекций 2									+						
Применение															
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+								
Рубежный контроль 1				+											
Реферат					+										
Рубежный контроль 2								+							+
Анализ															

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 11 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Вид задания	Академический период обучения, неделя														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Разбор ситуаций и решение задач 1			+												
Рубежный контроль 1							+								
Рубежный контроль 2															+

3 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Преподаватель проводит все виды работ текущего контроля и выводит соответствующую оценку текущей успеваемости обучающихся два раза в академический период. По результатам текущего контроля формируется рейтинг 1 и 2. Учебные достижения обучающегося оцениваются по 100-балльной шкале, итоговая оценка Р1 и Р2 выводится как средняя арифметическая из оценок текущей успеваемости. Оценка работы обучающегося в академическом периоде осуществляется преподавателем в соответствии с графиком сдачи заданий по дисциплине. Система контроля может сочетать письменные и устные, групповые и индивидуальные формы.

Период	Вид работы	Итоговая оценка
1-й рейтинг	Эссе	0-100
	Конспект лекций 1	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	
	Рубежный контроль 1	
2-й рейтинг	Реферат	0-100
	Конспект лекций 2	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	
	Рубежный контроль 2	
Итоговый контроль	экзамен (6В04103) экзамен (6В04104, 6В04106, 6В04107, 6В04108)	0-100

3.1 Политика оценивания результатов обучения по видам работ


Вид работы	90-100	70-89	50-69	0-49
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно

Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине осуществляется по 100 балльной системе и включает:

- 60% результатов текущей успеваемости;
- 40% результата, полученного на экзамене.

Формула подсчета итоговой оценки:

$$I = 0,6 \frac{P_1 + P_2}{2} + 0,4Э \quad (1)$$

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 12 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

где P1, P2 – цифровые эквиваленты оценок первого, второго рейтингов соответственно;
Э – цифровой эквивалент оценки на экзамене.

Буквенная система оценки учебных достижений обучающихся, соответствующая цифровому эквиваленту по четырехбалльной системе:

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе
A	4.0	95-100	Отлично
A-	3.67	90-94	
B+	3.33	85-89	Хорошо
B	3.0	80-84	
B-	2.67	75-79	
C+	2.33	70-74	Удовлетворительно
C	2.0	65-69	
C-	1.67	60-64	
D+	1.33	55-59	
D	1.0	50-54	Неудовлетворительно
FX	0.5	25-49	
F	0	0-24	

4 ПОЛИТИКА ДИСЦИПЛИНЫ


Обучающийся обязан:

Политика дисциплины определяется системой требований, которые преподаватель предъявляет к обучающимся при изучении дисциплины и может отражать следующие административные требования: 1) строго соблюдать правила академической честности: нет места плагиату, списываниям и иным формам обмана; 2) не опаздывать на занятия; 3) не пропускать занятия, в случае отсутствия по болезни, предоставить справку; 4) на занятия приходиться в деловой одежде; 5) активно участвовать в учебном процессе;

5 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1 Основная литература

1. Гранецкий В.Н., Рахимбердинова М.У. Маркетинг - УК-ВКГТУ .
2. Верстакова Ю.В, Симоненко Е.С. Управление маркетингом. Теория и практика_Уч. Пособие, 2008 -432с
3. Котлерт Ф. Маркетинг менеджмент – СПб.: Питер, 2011. – 304 с.
4. Котлерт Ф. Маркетинг 6.0 Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического миров - Москва: Эксмо, 2024. - 240с.
5. Котлерт Ф. Латеральный маркетинг: технологии поиска революционных идей - М.: Альпино Паблшер, 2019. - 206с.
6. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг креативные средства и инструменты. Учебное пособие - М.: ИНФРА-М, 2018. - 247с.

	Некоммерческое акционерное общество «Восточно-Казахстанский технический университет имени Д. Серикбаева»		Стр. 13 из 13
	Интегрированная система менеджмента	И ВКТУ 026-III-2024 Разработка и оформление Рабочей учебной программы (Силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

5.2 Дополнительная литература

1. Панкрухин А.Л. Маркетинг. – М.: Издательство «Омега-Л», 2017. - 656с.
2. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учебное пособие / Под ред. В.Е.Хруцкого. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2014.
3. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг. - М.: Экономика, 2010. – 336с.
4. знать общие принципы и особенности маркетинга в инновационной сфере
5. IPR SMART <http://www.iprbookshop.ru>
6. ScienceDirect - <http://www.sciencedirect.com>.
7. EBSCO Discovery Service (EDS) - <http://search.ebscohost.com>