



ыс бағдарламасының  
гитул парағы

Нысан  
ПМУ ҰС Н 18.4/17

Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті

Информатика және ақпараттық жүйелер кафедрасы

5B070300 Ақпараттық жүйелер мамандығының студенттеріне арналған

Ақпараттық маркетинг пәні бойынша

## **ОҚУ ЖҰМЫС БАҒДАРЛАМАСЫ**



**БЕКІТЕМІН**

Оқу ісі жөніндегі проректор  
\_\_\_\_\_ Н.Э.Пфейфер  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013ж

Құрастырушы: аға оқытушы Токжигитова Н.К.

Информатика және ақпараттық жү

5B070300 Ақпараттық жүйелер мамандығының студенттеріне арналған  
Ақпараттық маркетинг пәні бойынша

**ОҚУ ЖҰМЫС БАҒДАРЛАМАСЫ**

Жұмыс бағдарламасы жұмыстың оқу жоспары және мамандықтың элективті пәндер каталогы негізінде әзірленген 050703 «Ақпараттық жүйелер С.Торайғыров атындағы ПМУ Ғылыми кеңесінің отырысында бекітілген 200\_ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_, № \_\_\_\_\_ хаттама

Кафедра отырысында қарастырылған « \_\_\_\_ » 2013ж. № \_\_\_\_\_ хаттама

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_ Н.Н.Оспанова 2013ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

Физика, математика және ақпараттық технологиялар факультетінің оқу әдістемелік кеңесімен мақұлданды 2013ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ хаттама.

ОӘК төрағасы \_\_\_\_\_ А.Б.Искакова 2013ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

**МАҚҰЛДАНДЫ**

ОӘБ бастығы \_\_\_\_\_ Жуманкулова Е.Н. 2013ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

Университеттің оқу- әдістемелік кеңесімен мақұлданды  
2013ж. « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ хаттама.

## **1. Оқу пәнінің төлқұжаты**

### Ақпараттық маркетинг

#### Таңдау бойынша компонент

#### **Кредит саны және оқу мерзімі**

Барлығы – 3 кредит

Курс: 2

Семестр: 4

Барлық аудиториялық сағат саны – 45 сағат

Дәріс - 22,5 сағат

Практикалық сабақ – 22,5 сағат

СӨЖ – 90 сағат оның ішінде СОӨЖ – 22,5 сағат

Жалпы еңбек сыйымдылығы - 135 сағат

#### **Бақылау түрі:**

Емтихан (тестілеу, ауызша) – 4 семестр

#### **2. Пререквизиттер:**

Студенттердің «Ақпараттық жүйе негіздері», «Информатика» пәндері бойынша алған білімдері және де экономикалық білім негіздерімен бірге студент дербес компьютермен жұмыс жасай білуі қажет.

#### **Постреквизиттер**

Мультимедиалық жүйелерді жобалау және құрастыру.

**Пәннің қысқаша сипаттамасы:** Маркетингтік ақпарат жүйелері – бұл әдістердің, тәсілдердің, білімнің және адамдардың өзара байланыс жүйелеріне негізделген, тұрақты түрде іске асырылатын ақпаратты жинау, талдау, бағалау, топтау жүйелері.

Маркетинг – бұл бизнестегі өз ара әсерлесу қатынас жүйесі, бағаны тағайындауға, жоспарлауға және товар мен қызметті өткізу мен таратуға арналған ұйымдар (мекемелер) мен жеке тұлғалардың барлық іс-әрекетін ұйымдастыру жүйесі.

#### **3. Пәннің мақсаты пен міндеттері**

Пәннің **мақсаты** студенттерге маркетингтік ақпаратты өңдеу технологиясы; компанияның маркетингтік қызметінде және басқаруда ақпараттық технологияларды пайдалану мүмкіндіктері; Интернет желісін маркетингтік мақсатта пайдалану туралы білім беру.

#### **Пәннің міндеттері**

□ компания қызметіндегі маркетингтің мәнін және маркетингтегі ақпараттық технологиялардың орнын негіздеу;

□ маркетингке және басқаруға байланысты қазіргі бар технологияларды және олардың қолданылуын қарастыру;

□ Интернет технологиялардың маркетинге ықпалын анықтау және олардың тиімділігін бағалау әдістерін ұсыну;

□ Компанияның маркетингтік қызметін зерттеу және талдау;

#### **4. Білім, іскерлік, дағды мен құзыреттілікке қойылатын талаптар:**

Осы пәнді меңгеруде студент маркетинг түсінігін, маркетингтік талдауларды, информациондық технологияларды маркетингте қолдану туралы білу керек. Ақпараттық маркетингті басқаруды, жоспарлауды, бақылауды және ұйымдастыруды білу керек

##### **Студент білу керек:**

- маркетинг ұғымын, қызметін, маркетингтік қызметтің түрлерін;
- маркетингтік ақпаратпен жұмыстың негізгі түрлерін;
- маркетингтік ақпаратты өңдеудің бағдарламалық құралдарын;
- маркетингтік зерттеу түрлерін;
- Интернет технологияларды маркетингтік қызметте пайдалану түрлерін;

##### **Студент үйрену керек:**

- маркетингтік ақпаратқа байланысты ақпараттық үрдістерді (жинау, өңдеу, жүйелеу, талдау, сақтау, жеткізу) жүзеге асыруды;

- компанияның, кәсіпорынның ақпараттық базасын құруды;
- компанияның маркетингтік қызметін зерттеуді және талдауды;

- маркетингтік қызметте Интернет технологияларды пайдалануды;

- жалпы тұтынушылар мен Интернет пайдаланушылары үшін товардың немесе компанияның жарнамасын құруды.

##### **Тәжірибелік дағдыларды қалыптасыру:**

- Жарнамалық роликтерді құруда анимацияларды қолдану;
- ActionScript тілінде бағдарламалау;
- Кәсіпорын сайтының интерактивті элементін жасау.

##### **Құзыретті болу:**

- Маркетинг қызметінде ақпараттық жүйелерді қолдану мәселелерінде;
- Компанияның маркетингтік жүйесін зерттеуде және саралауда;
- Ақпараттық маркетингтің негізгі субъектілерінің арасындағы қарым-қатынасты;

- Ақпараттық өнім мен қызмет көрсету түсінігін;
- Ақпараттың тауар ретіндегі ерекшелігін;
- Ақпараттық маркетингті басқаруды, жоспарлауды, бақылауды және ұйымдастыруды білу керек.

## Пәнді оқыту мазмұны

### 5. Пәнді оқытудың тақырыптық жоспары

Академиялық сағаттарды сабақ түрлері бойынша бөлу

№ п/п	Тақырып атауы	Сабақ түрлері бойынша аудиториялық сағаттар саны			СӨЖ	
		дәріс	Тәжірибелік (семинар)	зертханалық	Барлығы	Оның ішінде СОӨЖ
1.	Кіріспе	1	-	-	10	2
2.	Маркетингтегі талдау әдістері.	2	-	-	10	2,5
3.	Интернеттегі маркетинг. Жарнамалық роликтерді құру.	4	6,5	-	10	3
4.	Маркетингтік зерттеулер және маркетингтік ақпарат жүйесі.	2	-	-	10	3
5.	Тұтынушылардың психологиясы.	3	-	-	10	3
6.	Кәсіпорын нарығы.	2,5	-	-	10	3
7.	ActionScript тілінде бағдарламалау	4	8	-	15	3
8.	Flashте интерактивтік компоненттерді қолдану.	4	8	-	15	3
	<b>Барлығы: 135 сағат (3 кредит)</b>	22,5	22,5	-	90	22,5

## 6. Әдебиеттер тізімі

*Негізгі*

1. Аникеев С.П. Методика разработки плана маркетинга: Практическое руководство. – М., 1996. – 231 с.
2. Маркетинг: учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
3. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие. – М., 2000. – 340 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М. : «Росинтэр», 1996. – 704 с.

#### ***Қосымша***

1. Иванова Т.Е., Платова Т.В. Основы информационного маркетинга. – Ярославль, 1990. – 124 с.
2. Майоров С.И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 128 с.
3. Крылова Л.Д., Соколова М.М. Маркетинг. – М., 1996. – 244 с.
4. Майоров С.И., Поляков Л.А. Маркетинг в информационной сфере. – М.: ВНИИПАС, 1989. – 42 с.
5. Богданова Е.Л. Информационный маркетинг: учебное пособие. – СПб. : Альфа, 2000. – 265 с.
6. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб., 1999. – 300 с.
7. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М., 1998. – 250 с.