

«Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды ұлттық зерттеу университеті» КеАҚ

БЕКІТЕМІН

«Академик Е.А.Бөкетов атындағы
Қарағанды ұлттық зерттеу университеті» КеАҚ

Басқарма Төрағасы – Ректор
профессор Н.О.Дулатбеков



Ғылыми Кеңестің шешімі

Хаттама №

күнінен

Handwritten signature



ЕМТИХАН МАТЕРИЛДАРЫ

(бейіні бойынша сұрақтар және эссе тақырыптары)

D075-Маркетинг және жарнама
білім беру бағдарламалары тобы бойынша

Қарағанды қ., 2026ж.

D075–Маркетинг және жарнама

Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 15-басылым. – СПб.: Питер, 2022. – 848 б.
2. Наумов В. Н. Стратегический маркетинг: учебник. – 2-басылым, өңделген және толықтырылған. – Мәскеу: ИНФРА-М, 2022. – 356 б.
3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: оқулық. – 4-басылым, өңделген және толықтырылған. – Мәскеу: Юрайт, 2023. – 496 б.
4. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: ЖОО арналған оқулық және практикум. – Мәскеу: Юрайт, 2022. – 570 б.
5. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – 8th ed. – Harlow: Pearson Education, 2022. – 608 p.
6. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – Hoboken: Wiley, 2021. – 224 p.
7. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: оқу құралы / Л.С. Латышова редакциясымен. – 5-басылым. – М.: Дашков и К°, 2023. – 150 б.
8. Современный маркетинг: оқулық / Т. В. Симонян, С. Н. Цветкова, М.Г.Магомедов[және т.б.]; Т.В.Симонян, Ю.В.Сорокиной. редакциясымен – Мәскеу: КноРус, 2024. – 318 б.
9. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. – 19th ed. – Harlow: Pearson, 2023. – 736 p.
10. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. – Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 336 б.

Эссе тақырыптары:

1. Цифрлық экономиканың даму жағдайында маркетингтің трансформациясы: негізгі тенденциялар мен сын-қатерлер
2. Маркетингтік зерттеулердің дамуына жасанды интеллект технологияларының әсері
3. Тұтынушы мінез-құлқын зерттеудің заманауи тәсілдері: проблемалар мен перспективалар
4. Маркетинг ғылымының дамуындағы пәнаралық зерттеулердің рөлі
5. Тұтынушылардың цифрлық мінез-құлқын зерттеудің этикалық және әдіснамалық мәселелері
6. Жасанды интеллект және оның қазіргі маркетингтік қызметтің дамуына әсері
7. Цифрлық тұтынушының мінез-құлқы: қазіргі тенденциялар және зерттеу тәсілдері
8. Маркетингтік аналитиканың ұйымды стратегиялық басқару жүйесіндегі рөлі
9. Бизнесінің цифрлық трансформациясы жағдайында клиентке бағытталған маркетингтің дамуы
10. Цифрлық орта жағдайындағы тұтынушылық құндылық: мазмұны және трансформациясы

Емтихан сұрақтары:

1 блок – теориялық

1. Платформалық экономика жағдайында маркетингтің даму ерекшеліктерін ашыңыз
2. Дәстүрлі және қазіргі тұтынушы мінез-құлқы модельдерін салыстырыңыз
3. Цифрлық технологиялардың брендингтің дамуына әсерін талдаңыз
4. Маркетингтік аналитиканың стратегиялық басқару жүйесіндегі рөлін бағалаңыз
5. Құндылыққа бағытталған маркетингтің мәнін ашыңыз
6. Клиенттік тәжірибені басқарудың қазіргі тәсілдерін талдаңыз
7. Дәстүрлі және цифрлық маркетинг тұжырымдамаларын салыстырыңыз
8. Жаһанданудың халықаралық маркетингтің дамуына әсерін бағалаңыз
9. Маркетингтік экожүйелердің қалыптасу ерекшеліктерін талдаңыз
10. Маркетингтік қызметтің дамуындағы инновациялардың рөлін ашыңыз
11. Тұтынушылық адалдықты қалыптастыру тәсілдерін салыстырыңыз
12. Үлкен деректердің маркетингтің дамуына әсерін талдаңыз
13. Цифрлық ортада маркетингті дербестендірудің маңызын бағалаңыз
14. Нарықты сегменттеудің қазіргі тәсілдерін ашыңыз
15. Қарым-қатынас маркетингі тұжырымдамасының дамуын талдаңыз
16. Цифрландырудың тұтынушы мінез-құлқының өзгеруіне әсерін бағалаңыз
17. Брендті позициялаудың қазіргі тәсілдерін салыстырыңыз
18. Маркетингтік коммуникациядағы әлеуметтік желілердің рөлін талдаңыз
19. Инновациялық өнімдер маркетингінің ерекшеліктерін ашыңыз
20. Маркетинг ғылымының қазіргі даму тенденцияларын бағалаңыз

2 блок – практикалық

1. Ұйымның маркетингтік коммуникацияларының тиімділігін бағалау жүйесін әзірлеңіз
2. Цифрлық ортада тұтынушылар мінез-құлқын талдаудың алгоритмін ұсыныңыз
3. Компания клиенттерінің қанағаттану деңгейін зерттеудің тәсілін әзірлеңіз
4. Бренд тиімділігін бағалау құралдарын ұсыныңыз
5. Клиенттердің адалдығын арттыруға арналған маркетингтік іс-шаралар кешенін әзірлеңіз
6. Ұйымның бәсекелестік ортасын талдау тәсілін ұсыныңыз
7. Цифрлық бизнес үшін маркетингтік метрикалар жүйесін әзірлеңіз
8. Клиенттік тәжірибені зерттеу әдістемесін ұсыныңыз
9. Ұйымның маркетингтік аудитінің алгоритмін әзірлеңіз

10. Жастар аудиториясының мінез-құлқын зерттеу тәсілін ұсыныңыз
11. Цифрлық жарнамалық науқан тиімділігін талдау моделін әзірлеңіз
12. Компанияның маркетингтік тәуекелдерін бағалау жүйесін ұсыныңыз
13. Инновациялық өнім үшін нарықты сегменттеу тәсілін әзірлеңіз
14. Адалдық бағдарламаларының тиімділігін талдау алгоритмін ұсыныңыз
15. Тұтынушылардың брендті қабылдауын зерттеу әдістемесін әзірлеңіз
16. Маркетингте жасанды интеллектті қолдану тәсілін ұсыныңыз
17. Компанияның маркетингтік белсенділігін бақылау жүйесін әзірлеңіз
18. Тұтынушылардың цифрлық ізін талдау құралдарын ұсыныңыз
19. Бренд бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау жүйесін әзірлеңіз
20. Омниканалды ілгерілетудің тиімділігін талдау әдістемесін ұсыныңыз

3 блок – жүйелік түсіну

1. Цифрлық маркетингтің қазіргі даму бағыттарын сыни тұрғыдан бағалаңыз
2. Маркетингтік зерттеулерде пәнаралық тәсілдерді қолдану мүмкіндіктерін талдаңыз
3. Маркетингтік зерттеулердің сандық және сапалық әдістерін салыстырыңыз
4. Маркетингтік аналитикада жасанды интеллектті қолдану перспективаларын бағалаңыз
5. Цифрлық тұтынушыны зерттеудің әдіснамалық ерекшеліктерін талдаңыз
6. Маркетингтік мінез-құлықты зерттеудің қазіргі модельдерін салыстырыңыз
7. Маркетингтік зерттеулерде Big Data қолдану мүмкіндіктерін бағалаңыз
8. Цифрлық ортада дәстүрлі зерттеу әдістерінің шектеулерін талдаңыз
9. Маркетингте регрессиялық талдау мен PLS-SEM қолдану мүмкіндіктерін салыстырыңыз
10. Маркетингтік зерттеулерде машиналық оқыту технологияларының ғылыми әлеуетін бағалаңыз
11. Маркетингтік зерттеулердің концептуалдық модельдерін құру ерекшеліктерін талдаңыз
12. Клиенттік тәжірибені зерттеудің қазіргі тәсілдерін салыстырыңыз
13. Тұтынушылық құндылықты зерттеудің қазіргі ғылыми тәсілдерін сыни тұрғыдан бағалаңыз
14. Цифрлық экономиканың маркетинг ғылымының дамуына әсерін талдаңыз
15. Аралас зерттеу әдістерін қолдану перспективаларын бағалаңыз
16. Маркетингте цифрлық аналитиканың зерттеу мүмкіндіктерін талдаңыз

17. Тұтынушының қатысуын зерттеудің қазіргі тәсілдерін салыстырыңыз
18. Маркетингтік тиімділікті өлшеудің әдіснамалық мәселелерін бағалаңыз
19. Маркетингтік зерттеулер трансформациясының қазіргі тенденцияларын талдаңыз
20. Маркетингтегі қазіргі зерттеу тәсілдерін сыни тұрғыдан бағалаңыз

