

БӨЛІМ: ЖАЛПЫ РУБРИКА

Коллдеж білім алушыларына СӨЖ және СӨЖО тапсырмаларын орындауға әдістемелік нұсқауЖАРИЯЛАНДЫ
17.01.2018СІЛТЕМЕ
<https://bilimger.kz/26407/>

АННОТАЦИЯ / АҢДАТПА

Мазмұны

1. Студенттердің өздік жұмыстарын ұйымдастырудың маңызы
2. Берілген тақырыпты конспектiлеу
3. Студенттердің өзіндік жұмыстарды орындауына жалпы кеңестер
4. Студенттердің өзіндік жұмыстарын ұйымдастыруға қойылатын талаптар
5. СӨЗ тақырыптарының тізімі

1. Студенттердің өздік жұмыстарын ұйымдастырудың маңызы

Студенттің өзіндік жұмысы — болашақ мамандарды даярлаудың және білім сапасын арттырады. Осыған орай оқу орындарында әр білім алушыдан ой еңбегінің ұтымды әдістерін білуі, яғни аз уақыт кетіріп қажетті ақпаратты іздеп және меңгеріуді, фактілер, теорияны, тұжырымдамаларды жүйелеп және жіктей білуді, өз көзқарасын нақты айтып және дәлелдей білуді үйренуі талап етіледі. Студенттің өзіндік жұмысы – бұл студенттің дидактикалық тапсырмаларды өзінше орындауға, танымдық әрекеттерге қызғушылығының қалыптасуына және нақты бір ғылым саласында білім жинақтауына бағытталған студенттің оқу әрекетінің ерекше түрі.

Өзіндік жұмыс студенттердің шығармашылық қабілеті мен біліктерін дамытуда олардың барысында тиімді, әрі өнімді еңбек етуіне мол мүмкіндіктер жасайды. Студенттердің жұмыстарының барлық топтарын оқытушы оқыту барысында жүйелі түрде әрқайсысын өзіне тиісті жерінде қолдануға міндетті және оның бір ерекшелігі – оқыту үрдісінің барлық кезеңдерінде қолдануға болады. Сондай-ақ студенттермен жүргізілетін өзіндік жұмыстары олардың таным, іс-әрекеттерінің ерекшеліктеріне қарай әр түрлі бағытта ұйымдастыруға болады. Уақытты тиімді пайдаланып, оқушының өз бетімен тапсырманы орындауына ұдайы жағдай жасалуы қажет. Ол үшін мынадай міндеттер орындалу

керек:

-Студенттерге өзіндік жұмыстар туралы түсінік беру.

-Студенттердің өз бетімен тапсырма орындау әдістерін таныстыру.

Өзіндік жұмыстарды ұйымдастырудың негізгі шарттары мыналар:

1. Оқытушының нақты тапсырмалар беруі;

2. Жұмысты орындаудың және аяқтаудың дербестігінің өзара байланысы;

3. Жұмысты орындаудың және аяқтаудың уақытын белгілеу;

4. Олардың жұмысты өз еркімен және қалауымен істеуі.

Студенттердің өзіндік жұмысын ұйымдастырудың маңызы өте зор. Өйткені, сол арқылы студенттердің іс-әрекетінің дербестігі артады. Студенттің өзіндік жұмысы- кез-келген пәнді оқуға өзіндік жұмыстың орындалу әдістерінің қалыптасуына бағытталғанымен, бұл жұмыс- студенттің ғылыми, оқу кәсіби қызметін қалыптастырып, мәселелерді өзіндік шешуіне оптималды шешімдерді қабылдауға, дағдарыстық жағдайлардан шығуға арналған. Жоғарғы мектептің орта мектептен ең басты айырмашылығы- оқыту жұмысының әдісі және оқушылардың жеке деңгейі болып табылады. Сонымен қатар, студенттердің өзіндік жұмыстарының тәрбиелік мағынасы өте зор. Өйткені, бұл жұмыс студенттің білім алудағы жеке жұмысын ғана емес, қазіргі заманғы жоғарғы кәсіби маманды тұлға ретінде қалыптасуына мүмкіндік береді.

Студенттің өздік жұмысы (СӨЖ) олардың индивидуалды және топпен оқу әрекетінің көптеген түрлері кіреді, бұлар оқытушының көмегінсіз іске асады (немесе жартылай көмегі, егерде өздік жұмысы аудиторияда орындалса).

Өздік жұмысының маңыздылығы оқытушының көмегінсіз, студенттің міндетті түрде қатысуы мен, алынған ақпаратты білімде қолдану оның қандай да бір іс-әрекетте қолданылуынан тұрады.

СӨЖ- өзінің білімін жетілдіру әдісі, оқытудағы әртүрлі әдістермен дедактикалық байланысы. Студент өздік жұмысы процесінде белсенді шығармашылық жеке тұлға ретінде көрінеді, өзінің мәдениетін таратушы, бағдарын, болашақ мамандыққа көрсетеді.

2. Берілген тақырыпты конспектілеу

Негізгі талаптар:

Жазып отырған тақырыптан алшақтамай, оның мазмұнын нақты ашуға талпыну.

Артық баяндау, қажетсіз дәлелдемелер мен көп сөзділікке жол бермеу.

Міндетті түрде жоспар болуы және тақырып мазмұнын жоспарға сай рет-ретімен жүйелі баяндауы қажет.

Жұмыс түсінікті, мағыналы, орамды тілмен жазылуы тиіс.

Барлық айтылған ойды жинақтап, тұжырымдап, тиісті қорытынды жасау.

Реферат жазуда ескеру керек:

Таңдап алған рефераттың тақырыбына қатысты студент кішігірім зерттеулер жасайды. Студент осы алғашқы ғылыми жұмысқа байланысты мәселелерге орай қажетті

әдебиеттерге шолу жасаудан бастайды.

Керек жағдайларда оқытушымен кездесіп, керекті кеңестеп алғаны абзал.

Реферат жазуда студент негізгі мәселені ажыратуға, тақырыптардың өзара сабақтастығын тануға дағдыланады.

Фактілер, фактілік материалдарды іріктеу және жинақтау негізінде таблицалар, графиктер, схемалар жасалады.

Пайдаланған деректер, материалдар, әдебиеттердің тізімін, қайдан алғанын (сілтеме) қайда, қашан, қандай баспадан жарық көргенін көрсетуі қажет.

Студенттің жазған рефераты аудиторияда талқыланады. Ең алдымен оқытушы қысқаша реферат тақырыбымен, негізгі идеясымен таныстырады. Тақырыпты зерттеуші студент реферат мазмұнын аудиторияда баяндайды, сұрақтарға жауап береді.

Жұмыстың мұндай түрі, формасы, нұсқасы студенттердің танымдық белсенділігін арттырып, алдағы ізденіске құлшындырады.

Рефератты талқылау – шығармашылық жұмыстың бір көрінісі, яғни білімділік, қызығушылық тұрғысынан және тәрбиелік мән-мазмұны зор әрекет, жұмыс. Бұл кезде сөйлеушілер негізгі мәселеден ауытқымай, нақты, тұжырымды ой айтуға көңіл бөлуі тиіс.

Рефератты талқылып, қорытындысын шығару – маңызы зор жауапты сәт, белгілі бір тақырып төңірегінде ғылыми дәйекті тұжырымдар жасап үйрену. Соңында оқытушы реферат жазған студенттің, пікір айтушылардың сөздерін жинақтап, қажетті толықтырулар енгізеді, мәселенің түсініксіз тұстарын анықтап, түзетулер жасайды, толықтырады, өзгертеді.

3. Студенттердің өздік жұмыстарды орындауларына жалпы кеңестер (нұсқаулар)

1. Өздігінен білім алу үшін, алдымен сол жұмысқа қажетті нақты дағдыларға (іштей жылдам оқи білу, библиографиялық дағдылар, түрлі анықтама әдебиеттерді пайдалана білу, оқығандарды жазып алу т.б.) ие болу керек.

2. Біліммен жемісті шұғылдану қолайлы жағдайларды (уақыт, орын, тиісті әдебиеттер мен құралдардың болуы т.б.) керек етеді, ең дұрысы кітапханаларда, оқу залдарында біліммен шұғылдануға дағдылану.

3. Өздігінен білім алатын адам нені оқитынын анық біліп, ол жұмысты белгілі жоспармен, жүйемен жасауы керек.

4. Алғашқы кезде оқытушылардан, тәжірибелі адамдардан, кітапханалардан ақыл-кеңес алудың пайдасы зор.

5. Өздігінен білім алу жұмысын асықпай, көп үзіліс жасамай жүргізген жөн.

6. Оқыған материалды мұқият ұғатындай етіп ұғып, түсінбеген жерлерді қалдырмай, қайталап оқып, оның негізгі жақтарын жазып алу қажет.

7. Анықтама әдебиеттерді, энциклопедияларды, түрлі сөздіктерді қоса пайдаланып

отыру керек.

4. Студенттердің өздік жұмыстарын ұйымдастыруға қойылатын талаптар.

1. Жұмыстың көлемін шамадан тыс асырмай, оның сапасын арттыруға көңіл аудару;
2. Студенттердің өздік жұмысын оқу жұмысының басқа түрлерімен дұрыс ұштастыра білу;
3. Студенттердің дербестігін арттырып, өзіндік білім алу қабілетін жүйелі түрде дамыту;
4. Өзіндік жұмыстың мазмұнына күнделікті өмірден алынған материалдарды, хабарларды енгізу;
5. Студенттерді табиғат пен қоғам дамуының жалпы заңдылықтарын, сонымен қатар нақты фактілер мен құбылыстарды өздігінен талдап түсінуге үйрету;
6. Студенттердің алған білімдерін іс жүзінде қолдана білуге дағдыландыру;
7. Студенттерді оқу жұмысына шығармашылық тұрғыдан қарауға, әр уақытта дербес және белсенді әрекет жасауға баулу;
8. Студенттердің өздігінен дербес жұмыс істеу, еңбек ету дағдыларын қалыптастыру.

5. СӨЖ тақырыптарының тізімі

Тақырып 1 Маркетингтің теориялық негіздері мен концепциялары

Тақырыптың мақсаты: маркетинг функциясын, үрдістерін, қызметін және қағидасын білу

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Маркетинг негіздері;
2. Экономикалық маркетингтің пайда болуы мен дамуына қажетті және жеткілікті шарттар;
3. Маркетингтің негізгі концепциясы: өндірісті жаңғырту, тауарды жаңарту, сауда күшін жетілдіру, маркетинг тұжырымдамасы және маркетингтің әлеуметтік және этикалық қызметі.

Әдебиет 1;2

Тақырып 2 Маркетингтік зерттеулер

Тақырыптың мақсаты: маркетингтік зерттеу үрдісі, зерттеу жоспарын әзірлеу; зерттеу жоспарын нақтылау; жетекшілерге жеткізу және қорытынды шығаруына түсінік беру.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Маркетингтік зерттеудің негізгі бағыты
2. Маркетингтік зерттеу әдісі: бақылау, эксперимент, пікір сұрау, фокус-топтау әдісі
4. Маркетингтік зерттеу құралдары: анкеталар, механикалық және электрондық құрылғылар

Әдебиет 2; 3

Тақырып 3 Маркетинг ортасы

Тақырыптың мақсаты: маркетинг ортасының түсінігін беру.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Шағын өлшем орталығы және оның негізгі субъектісі: фирма, жабдықтаушы, маркетингтік делдалы, клиенттер, бәсекелестік, байланыс аудиториясы
 2. Фирманың бөлімшелерінің қызметі, олардың мақсаты және міндеттері
1. экономикалық орта, оның негізгі көрсеткіштері

Әдебиет 1;3;4

Тақырып 4 Тұтынушылардың тауар рыногындағы мінез-құлығы

Тақырыптың мақсаты: Тұтынушы тәртібінің моделін және оның құрамдас бөліктерін білу

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. «Қажеттілік», «тұтынушы», «сатып алушы», «тұтынушы нарығы», терминдарға түсінік беру
2. Тұтынушының жеке қажеттілігі: нақты және салыстырмалы қажеттілік
3. Тұтынушы тәуелсіздігі. Қазақстандағы тұтынушы құқығын қорғау (заң)

Әдебиет 1;3;4

Тақырып 5 Рынокты сегменттеу

Тақырыптың мақсаты: Өндіріс тауарлары нарығын сегменттеудің негізгі үрдістерің білу

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Нарықты талдаудың негізгі бағыттары: конъюнктураны бағалау, нарықтың үлесі және сыйымдылық белгісі
2. Мақсатты маркетинг және жеке жаппай
3. Мақсатты маркетинг шаралары: сегменті, нарықтағы тауар болжамы және мақсатты сегменттерді жинау
4. Өндіріс тауарлары нарығын сегменттеудің негізгі үрдістері: географиялық, экономикалық, технологиялық, ұйымдар түрі, мөлшері және сатып алу кезеңі, сатып алынған тауарларды бағыттау

Әдебиет 5;6;4

Тақырып 6 Маркетинг жүйесіндегі тауар

Тақырыптың мақсаты: Тауардың түсінігін және өмірлік циклінің кезеңдерінің түсінігін беру

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Тауар түсінігі, тауарды өндеудің үш тізбекті деңгейі
2. Тауардың өмірлік циклінің кезеңдерінің сипаттамасы
3. Тауардың бәсеке қабілеттілік деңгейін жоғарылату

Әдебиет 5;6;7

Тақырып 7 Маркетингтегі тауар саясаты

Тақырыптың мақсаты: Қазақстан Республикасының «Тауарлық белгі, тауардың шығу орнының аталуы және қызмет көрсету белгісі» жөніндегі заңың білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Тауарлық саясаттың мәні, мақсаты және міндеті
2. Ассортименттік концепциясы; тауар ассортименті; тауар номенклатурасы
3. Жаңа тауар шығару концепциясы; кезеңдері

Әдебиет 5;6;7

Тақырып 8 Маркетингтегі баға саясаты

Тақырыптың мақсаты: Маркетинг жүйесіндегі ролі және бағасы

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Баға, тауарға төлем ақы және қызмет
2. Тауардың сапасына байланысты және тауарлық номенклатурасына сәйкес баға белгілеу стратегиясы
3. Сынақ және төмендету: сандық, қолма-қол төлеу қызметі, маусымдық, жағдай жасау

Әдебиет 7;8;9

Тақырып 9 Маркетинг жүйесіндегі тарату саясаты

Тақырыптың мақсаты: тарату каналын белгілеу, оның қызметін және мағынасын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Тарату каналының деңгейі және оның құрылымы
2. Тауарды жылжыту түсінігі, оның мәні, мақсаты
3. Көтерме сауда, оның мәні және белгісі, көтерме сауданың қызметі

Әдебиет 7;8;9

Тақырып 10 Маркетингтегі коммуникациялық саясат

Тақырыптың мақсаты: коммуникация жүйесінің түсінігі және факторларының білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Тауарды жылжытуды және қызметті белгілеу, оның ролі, функциялары
2. Өткізуді ынталандыру – түсінігі, бағдарламаны өңдеу, ерешелігі және түрлері
3. Коммуникация тиімділігінің факторлары; коммуникациялық каналдар

Әдебиет 8;9;10

Тақырып 11 Маркетинг жүйесіндегі жарнама

Тақырыптың мақсаты: тауар жылжуына арналған жарнама маңыздылығын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Жарнаманың негізгі түрлері
2. Жарнаманы пайдалануға берілетін негізгі талаптар
3. Тауар жылжуына арналған жарнаманы жасау

Әдебиет 9;10;11

Тақырып 12 Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау

Тақырыптың мақсаты: маркетингтегі стратегиялық жоспарлаудың міндетін және мақсатын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Стратегиялық жоспарлау: түсінігі, ролі және кезеңдері
2. Стратегиялық жоспар, оның бөлімдері

Әдебиет 9;12;13

Тақырып 13 Маркетингті жоспарлау және бақылау

Тақырыптың мақсаты: маркетингті жоспарлаудың міндетін және мақсатын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Стратегиялық жоспарлау: түсінігі, ролі және кезеңдері
2. Маркетинг жоспары, оның бөлімдері; бақылау көрсеткіштерінің белгісі. Ситуациялық қорытынды
3. Маркетингті таңдаудың стратегиясы.

Әдебиет 11;12;13

Тақырып 14 Халықаралық маркетинг

Тақырыптың мақсаты: халықаралық маркетингтің ролін және мағынасын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Халықаралық маркетинг кешенінің құрылымы
2. Халықаралық маркетингтің қызметін ұйымдастыру: экспортты бөлім, халықаралық филиал, трансұлттық компаниясы

Әдебиет 13;14

Тақырып 15 Қызметтер және бейкоммерциялық әрекеттің маркетингі

Тақырыптың мақсаты: қазіргі экономикадағы қызметтерді және қызмет нарығының дамуына әсер етуші факторларын білу.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Қызмет саласында маркетингті қолдану, факторлары, қолдану тәсілі
 2. Коммерциялық емес саладағы маркетинг қызметі; коммерциялық емес ұйымдар; коммерциялық емес маркетингтің айырбастау үрдісі
 3. Қоғамдық маркетинг; қоғамдық маркетингті жоспарлау үрдісі
- Әдебиет 13;14;3

Әдебиеттер

Негізгі

- 1 Сатыбалдыұлы С. Маркетинг нарықтану: Жоғары оқу орындарының студенттеріне арналған оқулық. – Алматы: Білім, 2002 — 288 б.
- 2 Котлер Ф. Маркетинг негіздері. – Алматы, 2000 – 552 б.
- 3 Есімжанова С. Р. Маркетинг – А: Аян Әдет, 2004

Қосымша

- 4 Панкрухин А.П. Маркетинг – практикум: ситуац. задания кейсы, тесты – М.: ИМПЭ, 1998-159с.
- 5 Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать, и удержать рынок // Пер. с англ. В.А. Гольдича, А.И. Оганесовой – М.: АСТ, 2000 — 217с.
- 6 Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. – Мн.: Выш.шк., 2000.-447 с.
- 7 Основы Маркетинга: CD / Сатыбалды С.С. – Алматы: Респ.научно-метод. центр информатизации образования
- 8 Маркетинг: Учеб. пособие / Под. ред. Мамырова Н.К. – Алматы: Экономика, 1999-304с.0
- 9 Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг: Теория и 86 ситуаций: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2000-519с.
- 10 Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651с.
- 11 Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М., 2000-496с.
- 12 Маслова Т.Д. и др. Маркетинг: Учебник / Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2002-400с.
- 13 Бисенғазиев М.Б. , Хамитов А.Ш. Кәсіпкерлік негіздері: Оқулық. Лекциялық курс. – Орал: БҚМУ, 2001-242б.
- 14 Ковалев А.И. Промышленный маркетинг – М.: Центр экономики и маркетинга: Благовест-В.

КМ АА Куәлік нөмірі: **KZ45VPY00102718** — ҚР Мәдениет және Ақпарат министрлігі

© 2026 **Bilimger.kz** Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.