

**«D075 – МАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ЖАРНАМА»  
БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАР ТОБЫ БОЙЫНША ДОКТОРАНТУРАҒА  
ҚАБЫЛДАУ ЕМТИХАНЫНЫҢ НЕГІЗГІ ТАҚЫРЫПТАРЫ**

| Емтихан сұрақтарына арналған негізгі тақырыптар                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Емтиханға дайындалу үшін ұсынылатын әдебиет тізімі                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>«Маркетингтік басқару» пәні</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетингтік басқару: маркетингті басқарудың мәні, мақсаттары, принциптері, тұжырымдамалары.</li> <li>2. Компанияның маркетингтік ортасын талдау және бағалау.</li> <li>3. Тұтынушыларды талдау және құндылықты құру.</li> <li>4. Нарықтық сегменттеу және клиенттермен қарым-қатынас маркетингі.</li> <li>5. Тауар-брендінг саясатын басқару.</li> <li>6. Кәсіпорынның баға саясатының маркетингтік басқарылуы</li> <li>7. Маркетингтік каналдарын құру және басқару.</li> <li>8. Маркетингтік коммуникацияларды әзірлеу және басқару.</li> <li>9. Корпоративтік деңгейдегі маркетингтік басқару.</li> <li>10. Функционалдық деңгейдегі маркетингтік басқару.</li> <li>11. Аспаптық деңгейдегі маркетингтік басқару.</li> <li>12. Жоспарлау - маркетингтің басқарудың негізгі функциясы.</li> <li>13. Кәсіпорындағы маркетингті басқаруды ұйымдастыру және технологиясы.</li> <li>14. Фирма қызметінің мониторингі және бақылауы.</li> <li>15. Фирма қызметінің нәтижелілігінің маркетингтік көрсеткіштері.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Келлер К., Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс [Текст]: Учебник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер.- 6-е изд.- СПб: Питер, 2018.- 448 с.</li> <li>2. Капон Н., Колчанов В., Макхалберт Дж. Управление маркетингом. Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2010. – 832 с.: ил.</li> <li>3. Бутова Т.Г. Управление маркетингом. - М.: Проспект, 2015. - 272 с.</li> <li>4. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017- 404 с.</li> <li>5. Кацов И. Искусственный интеллект на предприятии. Теория и практика для маркетинга, управления поставками и производством. //Учебное пособие. – М., изд. ДМК, 2024. – 710 с.</li> </ol> |
| <b>«Маркетингтік зерттеу» пәні</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетингтік зерттеулер: түсіндірілеуі және қолдану ерекшеліктері.</li> <li>2. Маркетингтік зерттеулердің әдістемелік негіздері: зерттеу проблемаларын, мақсаттары мен міндеттерін қалыптастыру.</li> <li>3. Маркетингтік ақпарат: ақпарат түрлері, көздері, жинау, өңдеу және талдау әдістері.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Malhotra, N. Basic Marketing Research: A Decision-Making Approach +CD / N. Malhotra, M. Peterson. - 2 ed.- 2006.- 631 p.</li> <li>2. Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования. – М.: Дашков и К°, 2013. – 296 с</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Маркетингтік зерттеулерді жоспарлау және ұйымдастыру.</li> <li>5. Іріктемені қалыптастырудың әдістемелік тәсілдері.</li> <li>6. Зерттеудің сапалы әдістері: фокус-топтар және терең сұхбат.</li> <li>7. Іздеу, эксперименттік және сипаттамалық зерттеулер.</li> <li>8. Зерттеудің сандық әдістері: сауалнама және ақпарат жинау техникасы.</li> <li>9. Маркетингтік зерттеу әдістері: эксперимент, терең сұхбат және құпия сатып алу.</li> <li>10. Маркетингтік зерттеу әдістері: бақылау және сараптамалық бағалау.</li> <li>11. Маркетингтік зерттеулердегі өлшеу және масштабтау.</li> <li>12. Панельдік зерттеулер.</li> <li>13. Маркетингтік зерттеулердің этикалық аспектілері.</li> </ol>                                                                                                                                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Gupta S.L. Marketing Research. – New Delhi: Excel books, 2012. – 599 с.</li> <li>4. Казыбаева А.М., Нейромаркетинг. Учебное пособие. – Алматы: ИП «Балауса», 2021. – 136 с.</li> <li>5. Трайндл, А. Нейромаркетинг: визуализация эмоций : Пер. с нем. / А. Трайндл.- М.: Альпина Паблишер, 2019.- 114 с.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>«Стратегиялық маркетинг» пәні</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Компания қызметіндегі стратегиялық маркетингтің мәні мен рөлі.</li> <li>2. Сыртқы және ішкі стратегиялық талдау.</li> <li>3. Сегменттеу мен позициялаудың стратегиялық тәсілдері.</li> <li>4. Корпоративтік, бизнес және маркетингтік стратегия.</li> <li>5. Маркетингтік стратегиялардың классикалық түрлері.</li> <li>6. Бәсекелестік стратегиялары және олардың ерекшеліктері.</li> <li>7. Компанияның бәсекелестік артықшылықтарына қол жеткізу стратегиясы.</li> <li>8. Тауар стратегиялары және тауардың өмірлік циклдерімен өзара байланыс.</li> <li>9. Компанияның өсу стратегиясы: Ансофф матрицасы және сыртқы сатып алу матрицасы.</li> <li>10. Портфельдік талдау: БКГ матрицасы және «Дженерал Электрик» матрицасы.</li> <li>11. Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау.</li> <li>12. Функционалды және ғаламдық маркетингтік стратегия.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск : БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>2. Маркетинговые стратегии. Курс MBA/O. Уолкер-мл.- М.: Вершина. 2014. – 496с. Harvard Business Review</li> <li>3. Стратегический маркетинг. М. Marketing Research. – "Альпина Паблишер", 2019. – 399 с.</li> <li>4. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск: БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>5. Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd Edition Share Icon, Frank-Martin Belz, Ken Peattie , October 2012, 352 pages</li> </ol> |

13. Маркетингтің аспаптық стратегиялары: өнім, баға стратегиялары,  
тарату және жылжыту стратегиялары.

14. Нарықтың даму кезеңіне байланысты маркетингтік стратегия.

**ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ**  
**ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В ДОКТОРАНТУРУ**  
**ПО ГРУППЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ «D075 – МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА»**

| Основные темы для экзаменационных вопросов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Рекомендуемая литература для подготовки к экзамену                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Дисциплина «Маркетинг-менеджмент»</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг-менеджмент: сущность, цели, принципы, концепции управления маркетингом</li> <li>2. Анализ и оценка маркетинговой среды функционирования фирмы</li> <li>3. Анализ потребителей и создание ценности</li> <li>4. Рыночное сегментирование и маркетинг взаимоотношений с клиентами</li> <li>5. Управление товарно-брендинговой политикой</li> <li>6. Маркетинг-менеджмент ценовой политики предприятия.</li> <li>7. Создание и управление маркетинговыми каналами</li> <li>8. Разработка и управление маркетинговыми коммуникациями</li> <li>9. Маркетинг-менеджмент на корпоративном уровне</li> <li>10. Маркетинг-менеджмент на функциональном уровне</li> <li>11. Маркетинг-менеджмент на инструментальном уровне</li> <li>12. Планирование как основная функция маркетинг-менеджмента</li> <li>13. Организация и технология управления маркетингом на предприятии</li> <li>14. Мониторинг и контроль деятельности фирмы</li> <li>15. Маркетинговые показатели результативности деятельности фирмы</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Келлер К., Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс [Текст]: Учебник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер.- 6-е изд.- СПб: Питер, 2018.- 448 с.</li> <li>2. Капон Н., Колчанов В., Макхалберт Дж. Управление маркетингом. Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2010. – 832 с.: ил.</li> <li>3. Бутова Т.Г. Управление маркетингом. - М.: Проспект, 2015. - 272 с.</li> <li>4. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017- 404 с.</li> <li>5. Кацов И. Искусственный интеллект на предприятии. Теория и практика для маркетинга, управления поставками и производством. //Учебное пособие. – М., изд. ДМК, 2024. – 710 с.</li> </ol> |
| <b>Дисциплина «Маркетинговые исследования»</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговые исследования: понятие и особенности применения</li> <li>2. Методические основы маркетинговых исследований: формирование проблемы, цели и задач исследования</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Malhotra, N. Basic Marketing Research: A Decision-Making Approach +CD / N. Malhotra, M. Peterson. 2 ed..- 2006.- 631 p.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Маркетинговая информация: виды, источники, методы сбора, обработки и анализа информации.</li> <li>4. Планирование и организация маркетинговых исследований</li> <li>5. Методические подходы к формированию выборки</li> <li>6. Качественные методы исследований: фокус-группы и глубинное интервью</li> <li>7. Поисковые, экспериментальные и описательные исследования</li> <li>8. Количественные методы исследований: опрос и техника сбора информации</li> <li>9. Методы маркетинговых исследований: эксперимент, глубинное интервью и мистер-шоппинг</li> <li>10. Методы маркетинговых исследований: наблюдение и экспертная оценка</li> <li>11. Измерение и шкалирование в маркетинговых исследованиях</li> <li>12. Панельные исследования</li> <li>13. Этические аспекты маркетинговых исследований</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования. – М.: Дашков и К°, 2013. – 296 с</li> <li>3. Gupta S.L. Marketing Research. – New Delhi: Excel books, 2012. – 599 с.</li> <li>4. Казыбаева А.М., Нейромаркетинг. Учебное пособие. – Алматы: ИП «Балауса», 2021. – 136 с.</li> <li>5. Трайндл, А. Нейромаркетинг: визуализация эмоций : Пер. с нем. / А. Трайндл.- М.: Альпина Паблишер, 2019.- 114 с.</li> </ol>                                                                                                                           |
| <b>Дисциплина «Стратегический маркетинг»</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность и роль стратегического маркетинга в деятельности компании</li> <li>2. Внешний и внутренний стратегический анализ</li> <li>3. Стратегические подходы к сегментированию и позиционированию</li> <li>4. Корпоративная, бизнес- и маркетинговая стратегии</li> <li>5. Классические виды маркетинговых стратегий</li> <li>6. Конкурентные стратегии и их особенности</li> <li>7. Стратегии достижения конкурентных преимуществ компании.</li> <li>8. Товарные стратегии и взаимосвязь с ЖЦТ</li> <li>9. Стратегии роста компании. Матрица И. Ансоффа и матрица внешних приобретений.</li> <li>10. Портфельный анализ: матрица «рыночная привлекательность – размер дохода», матрица БКГ и матрица «Дженерал Электрик».</li> <li>11. Стратегическое планирование в маркетинге</li> </ol>                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск : БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>2. Маркетинговые стратегии. Курс MBA/O. Уолкер-мл.- М.: Вершина. 2014. – 496с. Harvard Business Review</li> <li>3. Стратегический маркетинг. М. Marketing Research. – «Альпина Паблишер», 2019. – 399 с.</li> <li>4. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск: БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>5. Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd Edition Share Icon, Frank-Martin Belz, Ken Peattie , October 2012, 352 pages</li> </ol> |

|                                                                                                                   |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 12. Функциональные и глобальные маркетинговые стратегии                                                           |  |
| 13. Инструментальные стратегии маркетинга: продуктовые, ценовые стратегии, стратегии распределения и продвижения. |  |
| 14. Стратегии маркетинга в зависимости от этапа развития рынка                                                    |  |

**KEY TOPICS FOR ENTRANCE EXAM  
FOR PHD PROGRAMME APPLICANTS  
ON THE GROUP OF EDUCATIONAL PROGRAMS «D075 MARKETING AND ADVERTISING»**

| Main topics for exam questions                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Recommended literature for exam preparation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Marketing Management</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing management: the essence, goals, principles, the concepts of marketing management.</li> <li>2. Analysis and evaluation of the marketing environment of the company.</li> <li>3. Consumer analysis and value creation.</li> <li>4. Market segmentation and customer relationship marketing.</li> <li>5. Managing the product and branding policy.</li> <li>6. Marketing management of the company's pricing policy.</li> <li>7. Creating and managing marketing channels.</li> <li>8. Development and management of marketing communications.</li> <li>9. Marketing management at the corporate level.</li> <li>10. Marketing management at the functional level.</li> <li>11. Marketing management at the instrumental level.</li> <li>12. Planning as the main function of marketing management.</li> <li>13. Organization and technology of marketing management in the enterprise.</li> <li>14. Monitoring and control of the company's activities.</li> <li>15. Marketing performance indicators of the company.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Келлер К., Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс Учебник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер.- 6-е изд.- СПб: Питер, 2018.- 448 с.</li> <li>2. Капон Н., Колчанов В., Макхалберт Дж. Управление маркетингом. Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2010. – 832 с.: ил.</li> <li>3. Бутова Т.Г. Управление маркетингом. - М.: Проспект, 2015. - 272 с.</li> <li>4. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017- 404 с.</li> <li>5. Кацов И. Искусственный интеллект на предприятии. Теория и практика для маркетинга, управления поставками и производством. //Учебное пособие. – М., изд. ДМК, 2024. – 710 с.</li> </ol> |
| <b>Marketing Research</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing research: concept and application features.</li> <li>2. Methodological foundations of marketing research: formation of the problem, goals and objectives of the research.</li> <li>3. Marketing information: types, sources, methods of collecting, processing and analyzing information.</li> <li>4. Planning and organizing marketing research.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Malhotra, N. Basic Marketing Research: A Decision-Making Approach +CD / N. Malhotra, M. Peterson. - 2 ed.- 2006.- 631 p.</li> <li>2. Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования. – М.: Дашков и К°, 2013. – 296 с</li> <li>3. Gupta S.L. Marketing Research. – New Delhi: Excel books, 2012. – 599 с.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>5. Methodological approaches to sample formation.</li> <li>6. Qualitative research methods: focus groups and in-depth interviews.</li> <li>7. Exploratory, experimental, and descriptive research.</li> <li>8. Quantitative research methods: survey and information collection techniques.</li> <li>9. Methods of marketing research: experiment, in-depth interview, and mystery shopping.</li> <li>10. Methods of marketing research: observation and expert evaluation.</li> <li>11. Measurement and scaling in marketing research.</li> <li>12. Panel studies.</li> <li>13. Ethical aspects of marketing research.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>6. Казыбаева А.М., Нейромаркетинг. Учебное пособие. – Алматы: ИП «Балауса», 2021. – 136 с.</li> <li>7. Трайндл, А. Нейромаркетинг: визуализация эмоций : Пер. с нем. / А. Трайндл.- М.: Альпина Паблишер, 2019.- 114 с.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Strategic Marketing</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1. The essence and role of strategic marketing in the company's activities.</li> <li>2. External and internal strategic analysis.</li> <li>3. Strategic approaches to segmentation and positioning.</li> <li>4. Corporate, business and marketing strategies.</li> <li>5. Classic types of marketing strategies.</li> <li>6. Competitive strategies and their features.</li> <li>7. Strategies for achieving the company's competitive advantages.</li> <li>8. Commodity strategies and the relationship with Product Life Cycle.</li> <li>9. Company growth strategies. Ansoff matrix and the matrix of external acquisitions.</li> <li>10. Portfolio analysis: BCG matrix and GE McKinsey matrix.</li> <li>11. Strategic planning in marketing.</li> <li>12. Functional and global marketing strategies.</li> <li>13. Instrumental marketing strategies: product, price, distribution and promotion strategies.</li> <li>14. Marketing strategies depending on the stage of market development.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск : БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>2. Маркетинговые стратегии. Курс MBA/O. Уолкер-мл.- М.: Вершина. 2014. – 496с. Harvard Business Review</li> <li>3. Стратегический маркетинг. М. Marketing Research. – «Альпина Паблишер», 2019. – 399 с.</li> <li>4. Шишло С.В., Андросик Ю.Н. Стратегический маркетинг. Минск: БГТУ, 2017. – 174 с.</li> <li>5. Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd Edition Share Icon, Frank-Martin Belz, Ken Peattie , October 2012, 352 pages</li> </ul> |