

Қазақстан Республикасының білім және ғылым министрлігі

Қарағанды мемлекеттік техникалық университеті

**«Бекітемін»  
Ғылыми кеңес төрағасы,  
ректор, ҚР ҰҒА академигі  
Ғазалиев А.М.**

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 ж.

**СТУДЕНТКЕ АРНАЛҒАН ПӘН БОЙЫНША ОҚЫТУ  
БАҒДАРЛАМАСЫ ( SYLLABUS)**

АМККMark 2211 ӘМҚК тегі маркетинг пәні

BP 3 Басқарулық пәндердің модулі

5B090400 – «Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету» мамандығы

Инженерлік экономика және менеджмент факультеті  
«Инженерлік кәсіпкерлік және маркетинг» кафедрасы

## АЛҒЫ СӨЗ

Студентке арналған пән бойынша оқыту бағдарламасы (syllabus) әзірленді:  
Кошмаганбетова Ж.Б. аға оқытушы

«Инженерлік кәсіпкерлік және маркетинг» кафедрасының мәжілісінде  
талқыланады

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 ж. № \_\_\_\_\_ хаттама

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_ Стеблякова Л.П.

(КОЛЫ)

Инженерлік экономика және менеджмент факультеті оқу-әдістемелік  
кеңесі мақұлдайды

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 ж. № \_\_\_\_\_ хаттама

Төраға \_\_\_\_\_ Нурмагамбетова Н.А.

## Оқытушы туралы мәліметтер және байланыс ақпарат

Аты-жөні Кошмаганбетова Ж.Б.

Ғылыми дәрежесі, өтініші, лауазымы: аға оқытушы

«Инженерлік кәсіпкерлік және маркетинг» кафедрасы ҚарМТУ 4 корпусында (Б.Бульвары, 56) орналасқан, 216 ауд., байланыс телефоны 56-75-94, 2029

### Пәннің еңбек көлемділігі

Семестр	Кредиттер саны/ECTS	Сабақтардың түрі					СӨЖ сағаттар саны	Жалпы сағаттар саны	Бақылау түрі
		Қосылған сағаттар саны			СОӨЖ сағаттарының саны	Барлығы сағаттар саны			
		Дәрістер	Практикалық сабақтар	Зертханалық сабақтар					
2кысқ	3/5	30	15	-	45	90	45	135	Емтихан
4тол	3/5	30	15	-	45	90	45	135	Емтихан

### Пәннің сипаттамасы

«ӘМҚК тегі маркетинг» пәні базалық пәндердің міндетті компонент циклына кіреді.

### Пәннің мақсаты

«ӘМҚК тегі маркетинг» пәні маркетингтің теориялық негіздерін және категориялық-түсініктік аппаратын зерделеу, сондай-ақ фирмалар мен компаниялар қызметіндегі маркетингтің элементтері мен принциптерін қолдану бойынша практикалық дағдыларды меңгеру мақсатын алға қояды.

### Пәннің міндеттері

Осы пәнді оқу нәтижесінде студенттер:

түсінік алуы керек:

- маркетингтің теориялық негіздері және тұжырымдамасын зерделеу;
- маркетингтік орта және оны құраушылар;
- маркетингтік ақпарат және маркетингтік зерттеулер жүйелері;
- рынокты саралау мен тауарды бағдарлаудың әдістемелік негіздері;
- маркетинг жүйесіндегі тауар саясаты;
- баға белгілеу және баға стратегиялары;
- үлестіру және тауар қозғалысы жүйелері;
- тауарлар мен қызметтерді жылжыту және т.б.

білуы керек:

- ішкі және сыртқы рыноктар, тұтынушылар рыногының негізін білдіретіні, оның қалай жұмыс істейтіні, оның сұраныстары қандай екендігі туралы;
- рынок конъюнктурасы туралы;

- тауардың өмірлік циклі: негізгі кезеңдері мен олардың ерекшеліктері ішкі және сыртқы рыноктар, тұтынушылар рыногының нені білдіретіні, оның қалай жұмыс істейтіні, оның сұраныстары қандай екендігі туралы;

- рынок конъюктурасы туралы түсінікке ие болуға;

- негізгі ұғымдар мен терминдерді: рынок, көлем, бәсеке, тауар, баға, сұраныс, ұсыныс, жеткізушілер, делдалдар, маркетингтік зерттеулер және басқалар;

істей алуы керек:

- тұтынушылар тәртібін зерделеудің теориялық негіздерін және тауардың бағдарлануын саралаудың әдістемелік мәселелерін, тауарлар мен қызметтер маркетингінің кешенін әзірлеуді;

- экономикалық бәсекелік жағдайдағы проблемаларды талдау мен шешуге арналған маркетингтік қызметтің негізгі ұғымдарын, принциптерін, әдістерін қолдануды білуге;

- қызықтыратын проблема бойынша нақты маркетингтік зерттеулер жүргізуді;

- әр түрлі принциптер бойынша рынокты саралау және тауарды, қызметтерді бағдарлау жүргізуді;

практикалық машықтануы керек:

- нақты тауарға немесе қызметке қатысты маркетинг кешенін әзірлеуді; оқу және ғылыми әдебиетпен жұмыс істеудің практикалық дағдыларын;

- рынок конъюктурасын талдай білуді және тұтынушылар қажеттілік-терін айқындауды істей білуге;

- тауардың, қызметтің бәсекеге қабілеттілігін анықтау, сондай-ақ клиенттерге сервистік қызмет көрсетуді ұйымдастыруды.

### **Айрықша деректемелер**

Берілген пәнді оқу үшін келесі пәндерді (бөлімдерді (тақырыптарды) көрсетумен) меңгеру қажет: Экономикалық теория негіздері.

### **Тұрақты деректемелер**

«ӘМҚК тегі маркетинг» пәнін оқу кезінде алынған білімдер, «Маркетингтік коммуникациялар және PR» және т.б. пәндерін игеру кезінде қолданылады.

### **Пәннің тақырыптық жоспары**

Бөлімнің (тақырыптың) атауы	Сабақтардың түрлері бойынша еңбек көлемділігі, с.				
	Дәрістер	Практикалық сабақ	Зертханалық сабақ.	СОӨЖ	СӨЖ
1. Кіріспе дәрісі. (Қонақжай индустриясындағы маркетингтің жаңа концепциясы және туристік маркетингтің теориялық негіздері.)	2	1		3	3

2. Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету маркетингтің теориялық негіздері. (ӘМС кәсіптік қызметтің маркетингтік отраның ерекшеліктері мен туристік менеджерлер жүйесі.)	2	1		3	3
3. Қонақжай индустриясында маркетингтің жаңа концепциясы. (Турфирма ортасының нарығын зерттеу және ӘМС нарығы маркетингтік зерттеу.)	2	1		3	3
4. Туристік маркетинг жүйесі. (Тұтас нарықтық сегменті мен тауар түрлерін анықтау.)	2	1		3	3
5. ӘМС маркетингтік зерттеулер жүйесі. (Тұтынушылар әрекеті.)	2	1		3	3
6. ӘМС сегменттілік, тұтастық нарықты анықтауы. (Турөнім және турөнімнің өмірлік ағымы. Жаңа өнімді анықтау және тауар маркасы.)	2	1		3	3
7. ӘМС тұтынушылар жағдайы және тауар таңдауы. (Туризмдегі сапаны маркетингтік басқару.)	2	1		3	3
8. ӘМС өнім және өнімнің өмірлік қасиеттері. (Баға саясаты. Баға стратегиясы. Сұраныс пен ұсынысты басқару.)	2	1		3	3
9. ӘМС сапасын маркетингтік басқару. (Тауарды бөліп-тарату тетіктері және туристік индустриядағы қызметтер.)	2	1		3	3
10. ӘМС баға саясаты. (Қонақ-үй, отель, мейрамханадағы өткізуді ұйымдастыру.)	2	1		3	3
11. Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету тауарлар мен қызметтерді бөліп тарату тетіктері. (Туристік маркетинг коммуникациясы.)	2	1		3	3
12. Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету маркетингісіндегі комуникациялар. (Туризмдегі бәсекелестік және бәсекелестік қабілеттілігі.)	2	1		3	3
13. ӘМС бәсеке және бәсекеге қабілеттілік. (Маркетингтік жоспарлау.)	2	1		3	3
14. ӘМС маркетингті жоспарлау. (Ішкі маркетинг. Қонақжай және мейрамхана бизнесіндегі маркетингтік қадағалау жүйелері.)	2	1		3	3
15. Халықаралық маркетинг. (Белгіленген орын маркетингісі.)	2	1		3	3
Барлығы	30	15		45	45

## Практикалық (семинарлық) сабақтардың тізімі

1. Қонақжай индустриясындағы маркетингтің жаңа концепциясы және туристік маркетингтің теориялық негіздері.
2. ӘМС кәсіптік қызметтің маркетингтік отраның ерекшеліктері мен туристік менеджерлер жүйесі.
3. Турфирма ортасының нарығын зерттеу және ӘМС нарығы маркетингтік зерттеу.
4. Тұтас нарықтық сегменті мен тауар түрлерін анықтау.
5. Тұтынушылар әрекеті.
6. Турөнім және турөнімнің өмірлік ағымы. Жаңа өнімді анықтау және тауар маркасы.
7. Туризмдегі сапаны маркетингтік басқару.
8. Баға саясаты. Баға стратегиясы. Сұраныс пен ұсынысты басқару.
9. Тауарды бөліп-тарату тетіктері және туристік индустриядағы қызметтер.
10. Қонақ-үй, отель, мейрамханадағы өткізуді ұйымдастыру.
11. Туристік маркетинг коммуникациясы.
12. Туризмдегі бәсекелестік және бәсекелестік қабілеттілігі.
13. Маркетингтік жоспарлау.
14. Ішкі маркетинг. Қонақжай және мейрамхана бизнесіндегі маркетингтік қадағалау жүйелері.
15. Белгіленген орын маркетингісі.
16. Маркетингті қолданудағы әлемдік және отандық тәжірибелер.

## Студент пен оқытушының өздік жұмысының тақырыптық жоспары

СОӨЖ тақырыбының атауы	Сабақтың мақсаты	Сабақтың түрі	Тапсырманың мазмұны	Ұсынылатын әдебиет
1. ӘМС маркетинг спецификасы мен негізгі түсінігі.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2, - есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
2. Кәсіпорында маркетингті ұйымдастыру. ӘМС ұйымдарындағы маркетингті ұйымдастыру.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
3. Нарықты жаулап алу стратегиясын талдау.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 4,5 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
4. Нарықта тауарды жайғастыру.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]

5. Нарық сиымдылығы мен үлесі.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
6. Тауарды бәсекеге қабілеттілік сапасы мен көрсеткіштері.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 5,6 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
7. Маркетинг дамуының тарихи аспектісі. Халықаралық маркетинг.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
8. Сервистегі маркетинг спецификасы.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
9. Қызмет көрсету сферасындағы маркетингтік орта.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 3,4 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
10. Маркетингтік зерттеу және ақпараттық жүйелер.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
11 Тұтынушылық нарық қызметі және оны сегменттеу.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2,3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
12 Нарықтық сегментациядағы жаңа тауарлар.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 2, 3 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
13 Кәсіпорынмен нарықты сегменттеу. Қызмет пен тауар қозғалысы және өтімді ұйымдастыру.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 1,2 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
14 Кәсіпорынды басқаруда маркетингтік стратегияны қолдану. Маркетингтегі бақылау және жоспарлау.	Берілген тақырып бойынша білімді тереңдету	Есептерді шешу	№ 2,4 есептер	[1 ,2,3,4,5,6]
15 Экономикалық көрсеткіштерін жақсартудағы	Берілген тақырып	Есептерді шешу	№ 7,8- есептер	[1 ,2,3,4,5,6]

маркетингтің ролі. Баға және баға белгілеу.	бойынша білімді тереңдету			
---	---------------------------	--	--	--

### **СӨЖ арналған бақылау жұмыстарының тақырыптары**

1. Қонақжай индустриясындағы маркетингтік жаңа концепциясы.
2. Қонақ үй мен мейрамхананың ерекшеліктері маркетингтің субъектісі ретінде.
3. Мейрамхана мен отельдердің маркетингтік зерттеу нарықтарын: мақсаты, міндеттері, өткізу түрлері.
4. Алғашқы және кейінгі ақпараттарды жинау жүйесі мен әдісі.
5. Сегменттеу маркетингтің технологиясы: мақсаты, міндеттері.
6. Қонақ үй мен мейрамхананың бәсекелестігі: оны анықтау, бағалау.
7. Қонақ үй мен мейрамхананың бәсекелестігін күшейту.
8. Қонақ үй мен мейрамхананың баға саясаты.
9. Қонақ үй/мейрамхана маркетингі тәжірибесінде қолданылатын баға стратегиялары.
10. Қонақ үй мен мейрамхананың қызмет көрсету қызметін жетілдіру түрлері мен әдістері.
11. Қонақжай мен туризм индустриясындағы өткізу тетіктері.
12. Қонақ үй мен мейрамхананың өткізу стратегиясы.
13. Жарнамалық қызмет: түрлері, қызметтері, қонақ үй мен мейрамхана қызметтері туристтік кәсіпорындар, жарнама талаптары.
14. Жалпы қауымға жарнаманың әсері мен түсінуі.
15. Фирмалық стиль, қонақ үй мен мейрамхана турөнім нарығындағы тиімді әдіс ретінде.
16. Маркетинг бағдарламасы: мақсаты, міндеті, негізгі жетістіктердің құрылымы мен мазмұны.
17. Қонақ үй мен мейрамханаға маркетингтік стратегия: түрлері мен мінездемесі.
18. Маркетингтік стратегиядағы сатылу көлемінің өзгеруін болжау.
19. Маркетингке кеткен шығындар көлемінің өзгеруін жоспарлау.
20. Туризмдегі маркетинг қызметінің ролі мен қызметі.
21. Маркетинг қызметінің ұйымдастыру түрлері.
22. Маркетинг саласындағы қызметтерге қойылатын талаптар. Қонақ үй мен мейрамхана саласындағы маркетингтің іскерлік ерекшеліктері.
23. Маркетингтік қадағалау жүйесі.
24. Маркетингтік жұмыстарды ақпараттармен қамтамасыз ету: маңызы мен классификациясы.
25. Маркетингтің дамуы.

### **Студенттердің білімін бағалау белгілері**

Пән бойынша емтихан бағасы аралық бақылау (60% дейін) және қорытынды аттестаттау (емтихан) (40% дейін) бойынша үлгерімнің ең жоғары көрсеткіштерінің сомасы ретінде анықталады және кестеге сәйкес 100% дейін



мәнді құрайды.

### Пән бойынша берілген тапсырмаларды орындау мен тапсыру кестесі

Бақылау түрі	Тапсырманың мақсаты және мазмұны	Ұсынылатын әдебиет	Орындалу ұзақтылығы	Бақылау түрі	Тапсыру мерзімі	Балл
Практикалық тапсырмасын орындау	Практикалық дағдыларды бекіту	[1,2,3,4,5,6,7,8,9, 12,17,18]	Семестр бойы	Ағымдағы	Апта сайын	20
СОӨЖ орындау	Теоретикалық білімін және практикалық дағдыларды бекіту	Дәріс конспектісі, практика сабақтың материалдары	Семестр бойы	Ағымдағы	Апта сайын	10
СӨЖ орындау	Тақырыпты меңгеру және сұрақтарға жауап беру	Негізгі және қосымша әдебиеттің жалпы тізімі	Семестр бойы	Ағымдағы	Апта сайын	10
Аралық бақылау (2 блок аттестациясы)	Теоретикалық білімін және практикалық дағдыларды бекіту	Дәріс конспектісі. Негізгі және қосымша әдебиеттің жалпы тізімі	1 біріккен сағаттар	Аралық	7,14 апта	20
Емтихан	Пән материалының меңгерілу деңгейін тексеру	Негізгі және қосымша әдебиеттің жалпы тізімі	2 біріккен сағаттар	Қорытынды	Сессия кезеңінде	40
Барлығы						100

### Саясат және рәсімдер

«ӘМҚК тегі маркетинг» пәнін оқу кезінде келесі ережелерді сақтауды өтінеміз:

1 Сабаққа кешікпей келуді.

2 Дәлелді себепсіз сабақ босатпауды, ауырған жағдайда анықтама, ал басқа жағдайларда түсініктеме хат ұсынуды.

3 Студенттің міндетіне барлық сабақтарға қатысу кіреді.

4 Оқу процесінің күнтізбелік жоспарына сәйкес бақылаудың барлық түрлерін тапсыру.

5 Жіберілген практикалық және зертханалық сабақтар оқытушы белгілеген уақытта қайта тапсыру.

### Негізгі әдебиеттер тізімі

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учеб. для вузов. М.: Аспект-пресс, 2001.

2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2007.

3. Батра Р. Рекламный менеджмент, СПб.: Питер, 2003.

4. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Путешествия. Туризм и турист. Туристская деятельность. Туристская индустрия. Туристской продукт. /Нац. акад. туризма. 5-е изд., перераб. и доп. М.; СПб.: Невский фонд: Издат. дом. «Герда», 2003 г.
5. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – М.: КНОРУС, 2005.
6. Березин И. Маркетинговый анализ. – М.: ЭКСМО, 2003.
7. Березин И. Практика исследований рынков. - М.: ЭКСМО, 2004.
8. Голубков Е.Н. Основы маркетинга - М.: ДИС, 2003.
9. Голубков Е.Н. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология - М.: ДИС, 2003.
10. Дойль Питер Маркетинг - менеджмент и стратегии - М.: Питер, 2004.
11. Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане: теория. Методология, практика А.: АянЭдет, 2004.
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент - СПб.: ПитерКом, 2003.
13. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии - СПб.: ПитерКом, 2004.
14. Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг. – СПб.: Вершина, 2006.
15. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр.-СПб.: Наука, 2006.
16. Маркетинг. Учебник под ред. Уткина Э.А. - М.:ЭКСМО, 2004.
17. Нысанбаев С.Н., Садыханова Г.А. Маркетинг - Алматы: Казак университеті, 2004.
18. Нэриш К. Малхотра Маркетинговые исследования. Практическое руководство. - СПб. Литер, 2004.
19. Оразбаева К.Н. Маркетинг: «Маркетинг», «Есеп және аудит», «Ұйым менеджменті», «Экономика», «Тұрмыстық қызмет, сервис» мамандықтары бойынша ЖОО арналған оқу құралы. АИНГ. Алматы: 2007. Б. 135.
20. Разумовская А.Л., Янченко В. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога – практика. – М.: Вершина, 2006.
21. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг - М.: Финансы и статистика, 2009.
20. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. Пер. с англ. - М., СПб, Минск: Питер, 2004.
22. Шаекина Ж.М., Набиев Е.Н., Базарова С.К. Основы маркетинга. Учебно-практическое пособие по дистанционному обучению. – Караганда: Болашак – Баспа, 2009.
23. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг, - М.: Сирин, 2004.

#### **Қосымша әдебиеттер тізімі**

24. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело - М.: Экономика, 2005.
25. Гордон Я.Х. Маркетинг партнерских отношений - СПб.: Питер, 2003.
26. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг - М.: Высшая школа, 2006.
27. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 496 с.

28. Захарова И.В. Маркетинг в вопросах и решениях: учебное пособие / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева. – М.: КНОРУС, 2011. – 304 с.
29. Касаткина Е.А. теоретические аспекты маркетинговой политики зарубежных компаний - М.: Юность, 2003.
30. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг в 2-х частях - М.: Центрэкономики и маркетинга, 2004.
31. Левешко Р. Анализ эффективности рекламы - Вира: Альтерпрес, 2003.
32. Матанцев А.Н. Анализ рынка: настольная книга маркетолога. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 552 с.
33. Парамонова Т.Н. Маркетинг: активные методы обучения: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, А.О. Блинов и др. – М.: КНОРУС, 2011. – 412 с.
34. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: учебное пособие - М.: Финансы и статистика, 2004.
35. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Пер. с англ. О.В. Дубицкого. М.: ИНФРАВ - М., 2004.
36. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. - СПб.: «Питер», 2005.
37. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость / Пер. с англ. под ред Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2003. – 256 с.
38. Туризм, гостеприимство, сервис: Сл.-справ./Под ред. Л.П. Воронковой. М.: Аспект-пресс, 2002 г.
39. Хартли Роберт Ф. Ошибки и успехи маркетинга / Пер. с англ. Ильиной Т., Тереховой С., Курленковой А и др. – М.: Поколение, 2008. – 512 с.
40. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. Рос. и междунар. Опыт/М.: Финансы и статистика, 2002 г.

## СТУДЕНТКЕ АРНАЛҒАН ПӘН БОЙЫНША ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ ( SYLLABUS)

АМККMark 2211 ӘМҚК тегі маркетинг пәні

BP 3 Басқарулық пәндердің модулі

5B090400 – «Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету» мамандығы

Инженерлік экономика және менеджмент факультеті  
«Инженерлік кәсіпкерлік және маркетинг» кафедрасы

31.03.2004 ж. берілген № 50 мем. баспа лиц.

Басуға қол қойылды ж. Пішімі 60 x 90/16

Есептік баспа табағы 0,1 ш.б.п. Таралымы дана

Тапсырыс Бағасы келісімді

---

Қарағанды мемлекеттік техникалық университетінің баспасы,  
100027, Қарағанды, Бейбітшілік бульвары, 56