5 - практикалық тапсырма Маркетингтің аналитикалық жүйесі және нәтижелерді ұсыну

Практикалық (семинарлық) сабақтың жоспары:

1. Power BI платформасына кіріспе мүмкіндіктері және артықшылықтары.
2. Маркетингтік деректерді Power BI-ге жіктеу және трансформациялау.
3. Нарық көрсеткіштеріне арналған интерактивті дашбордтар құру.
4. Python тілін маркетингтік аналитикада қолданудың негіздері. Pandas және NumPy көмегімен маркетингтік деректерді өңдеу.
5. Python арқылы тұтынушы мінез-құлқын талдау. Машиналық оқыту элементтері: сұранысты болжау және тұтынушы сегментациясы.

Тақырыпты (дәрістік материалды) бекіту үшін келесі сұрақтарды қарастыру және ауызша түрде қысқаша сауалнама жүргізу қажет:

1. Маркетингтің аналитикалық жүйесі дегеніміз не.
2. Power BI платформасының негізгі мүмкіндіктерін сипаттаңыз.
3. Маркетингтік деректерді трансформациялау дегеніміз не.
4. Интерактивті дашборд дегеніміз не және ол қалай қолданылады.
5. Python тілінің маркетингтік аналитикадағы рөлі қандай.
6. Машиналық оқыту маркетингте қалай қолданылады.

1-тапсырма. Берілген тақырыпқа байланысты кейс-жағдайларды қарастырыңыз.

1. Кейс. Компания Power BI арқылы сатылым көрсеткіштерін бір экранда көрсететін дашборд жасайды

Бұл қандай процесс?

2. Кейс. Компания Excel, CRM және сайттан алынған деректерді біріктіріп, оларды тазалайды.

Бұл қандай кезең?

3. Кейс. Компания Python арқылы клиенттердің сатып алу тарихын талдайды.

Бұл қандай құрал?

4. Кейс. Компания болашақта қай өнімге сұраныс өсетінін болжайды.

Бұл қандай әдіс?

5. Кейс. Компания клиенттерді топтарға бөліп, әрқайсысына жеке ұсыныс жасайды.

Бұл қандай процесс?

2-тапсырма

Төмендегі жағдайларды талдап, қолданылған аналитикалық құралдарды немесе әдістерді анықтаңыз және түсіндіріңіз.

1) Компания сатылым деректерін график және диаграмма арқылы көрсетеді
2) Компания әртүрлі көздерден алынған деректерді біріктіреді және тазартады
3) Компания Python арқылы үлкен деректерді талдайды
4) Компания болашақ сатылымды болжайды
5) Компания клиенттерді жасына, табысына қарай бөледі

3-тапсырма

Сіз онлайн бизнес жүргізесіз (мысалы, киім дүкені) және маркетингтік аналитиканы енгізгіңіз келеді.

Сіз маркетингтік аналитикалық жүйені енгізу кезеңдерін толық сипаттаңыз.

Ұсынылатын әдебиеттер тізімі:

1. Армстронг Г., Котлер Ф.Т. Маркетинг негіздері/ Армстронг Г., Котлер Ф.Т.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019ж.-736б.

2. Куртланд Л. Бове., Джон В. Тилл. Қазіргі бизнес-коммуникация/Б. Куртланд., Т. Джон.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019ж.-736б.

3. Программы – Бизнес и маркетинг, https:// www.regents. ac.uk/ undergraduate/business/ba-hons-business-and-marketing

4. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.