

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО  
КАРАГАНДИНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

«СОГЛАСОВАНО»  
НАЧАЛЬНИК ПРОИЗВОДСТВА №3  
ТОО «Құрылысмет»  
\_\_\_\_\_ Б.Т. Жолшорин  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

«УТВЕРЖДАЮ»  
УПОЛНОМОЧЕННОЕ ЛИЦО  
НАО «КАРТУ» \_\_\_\_\_ М.К. ИБАТОВ  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

**МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**по направлению подготовки 6В041 «Бизнес и управление»**

**6В04105 «Маркетинг»**

Уровень: Бакалавриат

Присуждаемая степень – «Бакалавр бизнеса и управления»

Караганда 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ  
Модульной образовательной программы  
**6В04105 «Маркетинг»**

<b>Введение</b>	3
<b>1. Цели Модульной образовательной программы</b>	4
<b>2. Паспорт Модульной образовательной программы</b>	4
2.1. Перечень квалификаций и должностей	4
2.2. Квалификационная характеристика выпускника	4
2.2.1. Сфера профессиональной деятельности	4
2.2.2. Объекты профессиональной деятельности	4
2.2.3. Предмет профессиональной деятельности	5
2.2.4. Виды профессиональной деятельности	5
2.2.5. Функции профессиональной деятельности	6
2.2.6. Направления профессиональной деятельности	6
<b>3. Карта Модульной образовательной программы</b>	7
<b>4. Сводная таблица</b>	31

## **Введение**

Модульная образовательная программа **6В04105 «Маркетинг»** разработана на основании следующих нормативных документов:

Закона Республики Казахстан «Об образовании» от 27.07.2007 года № 319-III ЗРК, с изменениями и дополнениями от 25.06.2020 г. № 347-VI.

Типовых правил деятельности организаций образования соответствующих типов (Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 30.10.2018 года № 595, с изменениями и дополнениями от 18.05.2020 года № 207).

Государственных общеобязательных стандартов образования (ГОСО) всех уровней образования (Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 31.10.2018 года № 604, с изменениями и дополнениями от 05.05.2020г. № 182)

Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 20.04.2011 года №152, с изменениями и дополнениями от 12.10.2018 года № 563).

Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденного приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21.05.2012 года № 201-ө-м, с изменениями и дополнениями от 17.04.2013 года № 163-ө-м.

Модульная образовательная программа представляет собой комплексный документ, определяющий цели, задачи и результаты образования, структуру и содержание рабочих учебных планов и программ, способы и методы их реализации, учебно-методическое и ресурсное обеспечение учебного процесса и критерии оценки учебных достижений обучающихся.

## **1 Цели Модульной образовательной программы**

Применение настоящей Модульной образовательной программы предусматривает достижение следующих целей:

- на практике осуществлять демократические принципы управления образовательным процессом, расширять академическую свободу и возможности высших учебных заведений;
- обеспечить адаптацию содержания образовательной программы высшего образования и научных исследований к изменяющимся потребностям общества и достижениям научной мысли;
- обеспечить признание уровня подготовки выпускников в других странах;
- обеспечить более высокую мобильность выпускников в изменяющихся условиях рынка труда;
- подготовить специалистов для маркетинговой деятельности в различных сферах экономики и бизнеса.

## **2 Паспорт Модульной образовательной программы**

### **2.1 Перечень квалификаций и должностей**

Выпускнику по данной Модульной образовательной программе присуждается степень **«Бакалавр бизнеса и управления»**.

Квалификации и должности определяются в соответствии с «Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих», утвержденным приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21.05.2012 года № 201-ө-м, с изменениями и дополнениями от 17.04.2013 года № 163-ө-м.

### **2.2 Квалификационная характеристика выпускника**

#### **2.2.1 Сфера профессиональной деятельности**

Выпускники по данной специальности могут выполнять различные функции при осуществлении управленческой, предпринимательской, коммерческой и научно-исследовательской деятельности хозяйствующих субъектов. При реализации производственно-сбытовой и научно-технической деятельности бакалавры изучают маркетинговые возможности и среду хозяйствующих субъектов, проводят маркетинговые исследования, отбирают целевой сегмент, прогнозируют спрос потребителей и позиционируют товары для выбранного сегмента, разрабатывают политику в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями, направленную на удовлетворение потребностей

#### **2.2.2 Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются: рынки - (товарные, фондовые, информационные; капитала, труда и др.); маркетинговые возможности хозяйствующих субъектов: маркетинговые исследования, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории, конкуренты, товары производственного и потребительского назначения, услуги, элементы продвижения- (реклама, связи с общественностью, личные контакты, стимулирование сбыта); государственные учреждения, предприятия услуг (гостиницы,

предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионные бюро), производственные и посреднические предприятия, международные торговые палаты, торговые дома, транспорт и коммуникации, складское хозяйство, политические образования, общественные организации, индивидуумы и социумы.

### **2.2.3 Предмет профессиональной деятельности**

Бакалавры данного профиля должны уметь проводить маркетинговые исследования по различным направлениям (исследование рынка, товаров/услуг, потребителей, посредников, конкурентов, маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга) для последующего принятия стратегических решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования (перепозиционирования) товаров/услуг хозяйствующих субъектов, разработки корпоративных и инструментальных стратегий.

### **2.2.4 Виды профессиональной деятельности**

«Бакалавр бизнеса и управления» по образовательной программе **6В04105 «Маркетинг»** может выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

– *организационно-управленческая деятельность* предполагает создание эффективной системы управления маркетинговой деятельностью любого хозяйствующего субъекта на основе применения принципов и технологий, научно-методологической и организационно-технологической базы маркетинг - менеджмента;

– *производственно-технологическая деятельность* осуществляется в виде совместной работы бакалавра маркетинга со специалистами отделов управления человеческими ресурсами, снабжения, производства и финансов для эффективного осуществления материально-технического снабжения, производственной, инновационной и сбытовой деятельности с целью обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта на рынке;

– *сервисно-эксплуатационная деятельность* бакалавра по маркетингу предполагает разработку сервисной политики хозяйствующего субъекта в области оказания основных и дополнительных услуг; расчет издержек обращения и эффективности сервиса; продвижения услуг, обеспечения качества услуг (экономичности, доступности, надежности, безопасности, эргономичности, эстетичности и др.).

– *расчетно-проектная деятельность* включает выбор организационной структуры отдела/департамента маркетинга, разработку бюджета маркетинга и бизнес-плана, осуществление расчетов по оптимизации товарного ассортимента, системы распределения, товародвижения и продвижения; оценку эффективности маркетинговых мероприятий, разработку экономически обоснованных решений по ведению производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта;

– *экспериментально-исследовательская деятельность* бакалавров включает разработку инновационной политики посредством организации и проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и маркетинговых исследований.

– *образовательная (педагогическая) деятельность* связана с функциями преподавания дисциплин по маркетингу в общеобразовательных и средних профессиональных учебных заведениях, а также на курсах повышения квалификации и переподготовки кадров.

### **2.2.5 Функции профессиональной деятельности**

- разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений, в том числе: планированию, прогнозированию, управлению затратами и материально-техническим снабжением, логистикой, сбытом;
- осуществление маркетинговых исследований и сегментации рынка;
- участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес – плана предприятия;
- организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием и формирование рыночной стратегии фирмы;
- осуществление маркетингового анализа и контроля;
- управление и контроль над деятельностью предприятий в целом.

### **2.2.6 Направления профессиональной деятельности**

Направления профессиональной деятельности включают:

- изучение конъюнктуры и прогнозирование рынка;
- исследование маркетинговой среды хозяйствующих субъектов;
- проведение маркетингового исследования;
- осуществление маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов;
- организация оптовой и розничной торговли;
- проведение коммерческой деятельности;
- управление торговыми марками и товарными знаками;
- организация логистики;
- проведение коммуникационной политики (организация связей с общественностью; рекламной деятельности; личных контактов; стимулирования сбыта);
- осуществление экспертизы товаров и услуг;
- разработка предложений по внедрению системы качества по обеспечению, управлению и улучшению деятельности.

### 3. Карта Модульной образовательной программы

Код и наименование модуля	Код и наименование дисциплины	Цикл/компонент	Форма контроля	Семестр	Объем кредитов ECTS	Формируемые компетенции
<i>ООД - Общеобразовательные дисциплины</i>						
<i>ОК -- Обязательный компонент</i>						
ООД 01 Модуль Общеобразовательных дисциплин 1	СИК 1101 Современная история Казахстана	ООД/ОК	Гос. экзамен	2	5	<p><b>Знать:</b> объективные исторические знания об основных этапах истории современного Казахстана; направить внимание студентов на проблемы становления и развития государственности и историко-культурных процессов;</p> <p><b>Уметь:</b> демонстрировать знание основных периодов становления независимой казахстанской государственности; анализировать особенности и значение современной казахстанской модели развития; определять практический потенциал межкультурного диалога и бережного отношения к духовному наследию;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> систематизации исторических знаний об основных событиях современной истории, формирующих научное мировоззрение и гражданскую позицию;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в умении соотносить отдельные явления и события исторического прошлого с общей парадигмой всемирно-исторического развития человеческого общества посредством критического анализа, ретроспективного, сравнительно-исторического и других методов научного исследования.</p>
	Фил 2102 Философия	ООД/ОК	Экзамен	4	5	<p><b>Знать:</b> предмет, функции, основные разделы и направления философии; актуальные проблемы современной отечественной и мировой философии;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> применять полученные знания в жизненных ситуациях и в анализе общественных явлений;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в основных проблемах и направлениях в философии, в изучении философских проблем современности, а также методах и подходах.</p>
	ГҮа 1103 Иностранный язык	ООД/ОК	Экзамен	1,2	10	<p><b>Знать:</b> лексический и грамматический минимум иностранного языка общего и профессионального характера в объеме, необходимом для реализации коммуникативных намерений во всех видах речевой деятельности в рамках достигаемого уровня в соответствии с Общеввропейской шкалой уровней владения иностранными языками;</p> <p><b>Уметь:</b> реализовать свои знания, умения, навыки и практический опыт в ходе взаимодействия с представителями иной культуры;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> устной и письменной иноязычной речи в соответствии с достигаемым уровнем, отраженным в дескрипторах в рамках стандартов Общеввропейских компетенций уровней владения иностранным языком (Common European Framework of References for Languages).</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в использовании иностранного языка в коммуникативных ситуациях общения с осознанием потребности применения соответствующих речевых образцов и тактики речевого поведения во взаимодействии с представителями иной культуры.</p>

	К(R)Үа 1104 Казахский (русский) язык	ООД/ОК	Экзамен	1,2	10	<p><b>Знать:</b> нормы литературного языка; определение: текста, основной мысли, темы и абзаца текста; функциональные стили речи, их признаки и правила использования; особенности устного и письменного делового общения; композицию и требования к языку публичного выступления; о лексических и грамматических единицах на основании информационно-обучающих текстах; об умении отличать особенности письменного и устного видов делового и научного стилей; о функциональных стилях языка, сфере их употребления, об основных стилевых чертах и языковых особенностях; об особенностях устной публичной речи; об истории, литературе, обычаях, традициях, науке, искусстве, поэтах-писателях казахского народа: об основных речевых тематико-составных видах -монолог-описание, монолог-рассуждение, монолог-изложение, монолог-анализ, диалог-рассказ; успешное овладение видами речевой деятельности в соответствии с уровневой подготовкой; формирование и совершенствование навыков владения языком в различных ситуациях бытового, социально-культурного, профессионального общения; формирование навыков продуцирования устной и письменной речи в соответствии с коммуникативной целью и профессиональной сферой общения;</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать структурно-семантическую организацию текста; определять языковые средства организации текста; определять структурно-смысловые особенности текстов различных стилей; работать с текстами разных стилей и жанров на основе выполнения системы заданий и тренировочных упражнений; осуществлять правильный выбор и использование языковых и речевых средств для решения тех или иных задач общения и познания на основе знания достаточного объема лексики, системы грамматического знания, прагматических средств выражения интенций; передавать фактологическое содержание текстов, формулировать их концептуальную информацию, описывать выводное знание (прагматический фокус) как всего текста, так и отдельных его структурных элементов; интерпретировать информацию текста, объяснять в объеме сертификационных требований стилевую и жанровую специфику текстов социально-культурной, общественно-политической, официально-деловой и профессиональной сфер общения;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> высказывать свое мнение: учить составлять монолог-описание, организовывать беседу, диспут; развивать умение говорить используя профессиональную лексику, формировать умение и навыки говорить активно, обобщенно; запрашивать и сообщать информацию в соответствии с ситуацией общения, оценивать действия и поступки участников, использовать информацию как инструмент воздействия на собеседника в ситуациях познания и общения в соответствии с сертификационными требованиями; выстраивать программы речевого поведения в ситуациях личностного, социального и профессионального общения в соответствии с нормами языка, культуры, специфики сферы общения, сертификационными требованиями;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в процессе владения всеми видами речевой деятельности и основами устной и письменной речи; в понимании различных видов коммуникативных высказываний, а также в построении целостных и логичных высказываний разных функциональных стилей; в обсуждении этических, культурных, социально-значимых</p>
--	--	--------	---------	-----	----	--

						проблем, высказывании своей точки зрения, в умении аргументированно отстаивать её, критически оценивать мнение собеседников; в процессе коммуникации в различных ситуациях разных сфер общения с целью реализации собственных намерений и потребностей (бытовых, учебных, социальных, культурных); в умении составлять бытовые, социально-культурные, официально-деловые тексты в соответствии с общепринятыми нормами, функциональной направленностью с использованием лексико-грамматического и прагматического материала определенного сертификационного уровня.
ИКТ 1105 Информационно-коммуникационные технологии	ООД/ОК	Экзамен	2	5	<p><b>Знать:</b> экономические и политические факторы, способствующие развитию информационно-коммуникационных технологий; особенности различных операционных систем; архитектуру, уметь рассчитать и оценить показатели производительности суперкомпьютеров;</p> <p><b>Уметь:</b> определять основные тенденции в области информационно-коммуникационных технологий; использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации; работать с электронными таблицами, выполнять консолидацию данных, строить графики; работать с базами данных; применять методы и средства защиты информации; проектировать и создавать простые веб-сайты; производить обработку векторных и растровых изображений; создавать мультимедийные презентации.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> использовать различные социальные платформы для общения, различные формы электронного обучения для расширения профессиональных знаний; пользоваться различными облачными сервисами.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> при использовании современными информационно-коммуникационными технологиями в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе для самообразовательных и других целей.</p>	
SPZ (SPKP) 2106 Модуль социально-политических знаний (социология, политология, культурология, психология)	ООД/ОК	Экзамен	3,4	8	<p><b>Знать:</b> типологию и основные условия возникновения и развития социальных движений, факторы социального развития, формы социального взаимодействия, теорию социальной стратификации и социальной мобильности, ролевую теорию личности. Сущность, возможности, границы и перспективы политики, систему и функции политической власти, политические режимы и институты, государственное устройство, его генезис и роль в жизни общества, политические процессы в мире и их связь с политическими процессами в Республики Казахстан, основные глобальные вызовы современности. Содержание глобального культурно-исторического процесса, его этапы и основные концептуальные подходы. Основные категории и понятия психологической науки; основные функции психики; основы психологии личности; закономерности психического развития человека.</p> <p><b>Уметь:</b> дать анализ и оценку социальных явлений, протекающих в обществе. Рассматривать политику как одну из форм человеческой деятельности по устройству современного общества, взаимодействовать с государственными структурами, формулировать собственные интересы и выражать их через структуры гражданского общества, применять политические знания к решению профессиональных проблем, воспитывать в себе лидерские качества, стремиться к достойному выполнению своего гражданского и профессионального долга. Использовать общекультурное и нравственно-этическое наследие в профессиональной деятельности. Оценивать место культуры в жизни человека.</p>	

						<p>Диагностировать индивидуально-психологические и личностные особенности людей, стилей их познавательной и профессиональной деятельности; использовать психологические знания для решения научно-исследовательских и практических задач.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> подготовки и организации конкретного социологического исследования. Самостоятельного анализа политической ситуации в стране и в мире, умения оценивать перспективы развития современных политических процессов; осуществлять поиск и анализ необходимой информации, оценивать ее значимость, использовать в процессе принятия решений. Основными общегуманитарными категориями, методом анализа социокультурных процессов, навыками бережного отношения к культурным ценностям и социокультурной открытости. Оперировать основными категориями психологических знаний; оценивать уровень сформированности психических процессов.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в знании основных понятий и теорий социологии, методологии и методики социологических исследований; Истории политической мысли, о современных политических институтах, их устройстве и функционировании, о правах, свободах и обязанностях граждан, о способах и формах участия в политической жизни, о политической ситуации в современном мире. Освоение дисциплины направлено на формирование общекультурных компетенций: способностью и готовностью осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учетом принятых в обществе моральных и правовых норм; способностью и готовностью понимать роль искусства, стремиться к эстетическому развитию и самосовершенствованию, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, понимать многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии. В области анализа особенностей психологических институтов в контексте их роли в обществе; технологии предупреждения конфликтов.</p>
FK 2107 Физическая культура	ООД/ОК	Экзамен	1,2,3,4	8	<p><b>Знать:</b> роль физической культуры в развитии человека и подготовка специалиста; основы государственной политики Республики Казахстан в области физической культуры и спорта;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать в жизни практические умения и навыки, обеспечивающие сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств; применять правила безопасного проведения занятий физическими упражнениями и видами спорта;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> владеть навыками здоровьесбережения; владеть техникой и тактикой избранного вида спорта; осуществлять помощь в организации соревнований и судейства;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> самостоятельно использовать в трудовых и жизненных ситуациях навыки профессиональной адаптивной физической культуры, формировать навыки участия в различных видах соревновательной деятельности, использовать разнообразные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга.</p>	
<b>ВК - Вузовский компонент</b>						
ОРЕОАК 3108 Модуль Основы права,	ООД/ВК	Экзамен	6	5	<p><b>Знать:</b> историю государства и права, основные институты отраслей права, их устройство и функционирование, права, свободы и обязанности граждан и их применение в повседневной жизни, основные положения Конституции Республики Казахстан, основные положения</p>	

<p>ООД 02 Модуль Общеобразовательных дисциплин 2</p>	<p>Экология, Основы антикоррупционной культуры</p>					<p>действующего законодательства Казахстана, систему органов государственного управления и круг их полномочий, механизм взаимодействия материального и процессуального права. Основные закономерности взаимодействия природы и общества; основы функционирования экосистем и развития биосферы; влияние вредных и опасных факторов производства на состояние окружающей среды и здоровье человека; концепцию, стратегии устойчивого развития и практические подходы к их решению на глобальном, региональном и локальном уровнях; основы законодательства по охране окружающей среды; принципы организации безопасных производственных процессов. Сущность коррупции и причины ее происхождения, меру морально-нравственной и правовой ответственности за коррупционные правонарушения, действующее законодательство в области противодействия коррупции.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать события и действия с точки зрения области правового регулирования и уметь обращаться к необходимым нормативным актам; ориентироваться в действующем законодательстве; используя закон, защищать свои права и интересы. Оценивать экологическое состояние природной среды; проводить оценку техногенного воздействия производства на окружающую среду; критически осмысливать тенденции развития эколого-экономических систем, связанных с использованием природных ресурсов и охарактеризовать их экологические последствия. Реализовывать ценности морального сознания и следовать нравственным нормам в повседневной практике, работать над повышением уровня нравственной и правовой культуры, задействовать духовно-нравственные механизмы предотвращения коррупции.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> ведения дискуссий по правовым вопросам, по вопросам применения норм в современный период, правового анализа различных документов. Оценки компонентов экосистем; определения оптимальных условий устойчивого развития эколого-экономических систем, включая производственные процессы; находить решение природоохранных задач и оптимальные пути рационального природопользования; владения стандартными методиками мониторинга окружающей среды. Анализировать ситуации конфликта интересов и морального выбора.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в вопросах права, использования его в жизни, на практике и трудоустройстве. В вопросах рационального природопользования; в общей оценке производственного процесса с точки зрения влияния на окружающую среду; в выборе экологических технологий и оборудования для производственных процессов. В вопросах причин возникновения и происхождения коррупции, сущности и факторах коррупции и ее различных проявлениях.</p>
<b>БД - Базовые дисциплины</b>						
<b>ВК – Вузовский компонент</b>						
	<p>ЕТ 1201 Экономическая теория</p>	<p>БД/ВК</p>	<p>Экзамен</p>	<p>1</p>	<p>8</p>	<p><b>Знать:</b> закономерности развития экономических процессов; основные концепции, созданные в течение длительной эволюции экономической мысли; принципы функционирования рыночного механизма, саморегулирования и государственного воздействия на экономику;</p> <p><b>Уметь:</b> систематизировать знания о сущности и формах проявления экономических явлений</p>

FE 03 Модуль Фундаментальная экономика						и процессов; применять на практике методы научного познания экономических явлений и закономерностей; понимать и определять место отношений собственности в экономической системе и закономерности переходной экономики; <b>Иметь навыки:</b> анализа и оценки состояния и тенденций социально-экономического развития национальной и мировой экономики; междисциплинарного подхода при решении экономических проблем; для овладения знаниями для повышения квалификации в течение всей жизни.. <b>Быть компетентным:</b> в использовании законов и других нормативных актов в области хозяйственного регулирования, в проведении анализа экономических ситуаций, в вопросах: государственного регулирования национальной экономики.
	Мик 2202 Микроэкономика	БД/ВК	Экзамен	4	5	<b>Знать:</b> основные и базовые понятия и категории микроэкономике, экономические ресурсы; факторы производства; понятия предельных величин, механизм построения графических моделей; механизм действия и проявления экономических законов. <b>Уметь:</b> описывать взаимоотношения экономических агентов с использованием категорий микроэкономике; анализировать поведение рыночных агентов с точки зрения типов рыночных структур; различать и сравнивать поведение рыночных агентов в различных рыночных структурах. <b>Иметь навыки:</b> математических расчетов для экономического анализа; выработки эффективного поведения на рынке в качестве игрока рынка; решение экономических задач графическим, табличным и аналитическим способами. <b>Быть компетентным:</b> при применении методов микроэкономического анализа для достижения максимального экономического эффекта.
	Мак 2203Макроэкономика	БД/ВК	Экзамен	3	5	<b>Знать:</b> современные школы макроэкономике и направления экономической политики; макроэкономические цели и инструменты макроэкономической политики в том числе, значение и содержание фискальной политики, денежно-кредитной политики, политики регулирования доходов, внешнеэкономической политики; основные макроэкономические показатели, проблемы, цели и политику Республики Казахстан в сравнении с другими государствами; <b>Уметь:</b> на основе статистической информации или экономических данных периодических изданий проанализировать макроэкономическую ситуацию в Республике Казахстан или другом государстве или группе государств; разработать и скорректировать принципы поведения, то есть, экономическую политику субъектов (отдельного человека, фирмы, администрации региона и государства) национального хозяйства; <b>Иметь навыки:</b> макроэкономического анализа, по прогнозированию экономических событий. <b>Быть компетентным</b> в оценке реальной макроэкономической ситуации в стране и прогнозировании экономических событий.
	УР 1204 Учебная практика	БД/ВК	Экзамен Отчет	2	5	<b>Знать:</b> основную организационно - методическую и нормативно-техническую документацию организации и принципы работы с ней; основы анализа и идентификации маркетинговой деятельности организации; основы анализа и формализации ключевых бизнес-процессов организации; порядок принятия эффективных управленческих решений;

						<p><b>Уметь:</b> работать с нормативными документами, регулирующими деятельность организации, и другими информационными источниками; реализовать права, обязанности и ответственность маркетолога в конкретных условиях деятельности; использовать компьютерную технику в режиме пользователя;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> владения современными информационно-компьютерными технологиями; современными средствами иллюстрационной и презентационной техники; навыками принятия эффективных управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в области подготовки, составления и контроля организационно-сопроводительной документации работы отдела маркетинга.</p>
РО 04 Модуль Профессионально-ориентированный	МЕ 1205 Математика в экономике	БД/ВК	Экзамен	1	5	<p><b>Знать:</b> основные математические определения и понятия; математические понятия и понимать зависимость между ними и их отличия; математические методы решения различных задач в области экономики</p> <p><b>Уметь:</b> применять математические методы анализа экономических процессов; использовать математический аппарат для расчетов оптимальных параметров экономического процесса.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> создавать математическую модель ситуации, анализировать и преобразовывать ее, интерпретировать полученные результаты; применять методы теоретического и прикладного исследования при решении производственных задач в области экономики.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в использовании основных математических законов в профессиональной деятельности; в интегрировании знаний из различных разделов курса математики; в обобщении и анализе информации, постановке математических моделей практических задач, выборе путей их решения.</p>
	ЕР 3206 Экономика предприятия	БД/ВК	Экзамен	5	5	<p><b>Знать:</b> основные принципы построения экономической системы организации; принципы и методы управления основными и оборотными средствами; методы оценки эффективности их использования; состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования; способы экономии ресурсов; основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета;</p> <p><b>Уметь:</b> находить и использовать необходимую экономическую информацию; определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации; заполнять первичные документы по экономической деятельности организации; рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> выявления факторов и расчета их влияния на показатели хозяйственной деятельности предприятия; оценки эффективности использования ресурсов предприятия; определения резервов повышения эффективности производства;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в организации операционной (производственной) деятельности, в</p>

						применении экономических расчетов и принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью предприятий в современных хозяйственных условиях.
	РОК (R)/IУа 3207 Профессионально-ориентированный казахский (русский) /иностраный язык	БД/ВК	Экзамен	5	5	<p><b>Знать:</b> основные термины и понятия профессиональной деятельности на казахском (русском) языке, правила этики делового, профессионального общения; специфику устной и письменной речи в сферах профессионального, научного, общественно-политического общения; национально-культурные особенности построения и организации текста в иностранном языке в рамках профессионально-обусловленных ситуаций; стилистические особенности словарного состава иностранного языка в сфере профессионального общения;</p> <p><b>Уметь:</b> работать с научно-технической терминологией, связанной со специальностью, составлять и оформлять документы, касающиеся своей специальности; составить эссе, доклады, сообщения по темам связанным со специальностью с использованием основных терминов и понятий; осуществлять профессиональную деятельность в лингвистическом, социолингвистическом, информационно-аналитическом и коммуникативных аспектах; выстраивать свое вербальное и невербальное поведение в сферах профессионального и научного общественно-политического общения; применять разнообразные языковые и речевые средства адекватно социальным факторам, ситуации общения, статусу собеседника и его коммуникативным намерениям; организовывать речевую деятельность в соответствии с задачами коммуникации, речевой ситуацией, личностными особенностями партнера как представителя другой культуры и характером протекания общения;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> использования в зависимости от коммуникативной установки и характера текста различные виды чтения; общения на основе лингвистической, языковой социальной, дискурсивной, стратегической и социально-культурной субъективной квалификации на профессиональном уровне в лингвокультурной, социально-культурной, когнитивной, коммуникативной среде; устной и письменной иноязычной речи профессионального общения в соответствии с достигаемым уровнем, отраженным в дескрипторах в рамках стандартов Европейских компетенций уровней владения иностранным языком (<i>Common European Framework of References for Languages</i>).</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в продуцировании вторичных научных текстов: аннотации, тезисов, резюме, рефератов, докладов; в самостоятельном поиске научно-технической информации как основы профессиональной деятельности; при обмене информацией профессионального характера по определенной теме в рамках специальности; в использовании иностранного языка в коммуникативных ситуациях профессионального общения, с осознанием потребности применения соответствующих речевых образцов и тактики речевого поведения во взаимодействии с представителями иной культуры.</p>
UD 05 Модуль Управленческие	Мар 2208 Маркетинг	БД/ВК	Экзамен	3	5	<p><b>Знать:</b> теоретические основы и концепции маркетинга; маркетинговую среду и ее составляющие; системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований; основы теории потребительского поведения на рынках; методические основы сегментирования рынка и позиционирования товара; товарную политику в системе маркетинга; ценообразование и ценовые стратегии; системы распределения и товародвижения; продвижение товаров и услуг</p>

дисциплины						<p><b>Уметь:</b> применять основные понятия принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации; проводить сегментирование рынка по различным принципам и позиционированию товара, услуги;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия</p>
MHR 1209 Менеджмент и HR	БД/ВК	ТТ Экзамен	1 2	8	<p><b>Знать:</b> сущность менеджмента; цели, задачи, концепции, стадии менеджмента; современные подходы к управлению; принципы, методы и функции процесса управления; типы менеджмента; менеджмент персонала; принципы, методы и функции процесса управления персоналом; факторы, определяющие построение кадровой службы на предприятии; классификацию фирм; факторы внутренней и внешней среды фирм; элементы социальной ответственности и этики фирм; составляющие коммуникационного процесса; основы принятия управленческих решений; факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений; модели и методы принятия решений</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ и давать оценку существующей системе управления предприятием; планировать карьеру сотрудников фирмы; их профессионального и административного роста; разрабатывать системы мотивации эффективной деятельности; повышения квалификации; определять оптимальную численность работников аппарата управления; своевременно принимать обоснованные и компетентные управленческие решения; вовремя проявлять предприимчивость; владеть ситуацией на рынках, проявлять инициативу и активно перераспределять ресурсы фирмы в наиболее выгодные сферы деятельности; управлять людьми.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> разработки рациональной структуры управления предприятием; использования накопления отечественного и зарубежного опыта в области управления персоналом; перестройки управления персоналом на предприятиях; оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в области поиска и анализа информации, необходимой для выполнения управленческих функций, нахождении решения типовых управленческих задач в конкретной организации; в современных теоретических и практических проблемах управления, экономики и бизнеса в современных условиях.</p>	
PP1 2210 Производственная практика 1	БД/ВК	Экзамен Отчет	4	5	<p><b>Знать:</b> порядок и схему проведения ситуационного анализа организации; порядок и схему проведения анализа финансово-экономической деятельности организации; схему организационно-управленческого анализа отдела маркетинга предприятия; основную организационно-распорядительную, методическую, нормативно-техническую, справочную документацию организации и принципы работы с ней; основы анализа и формализации ключевых бизнес-процессов организации; порядок разработки эффективных управленческих решений; методику анализа и прогноза экономических явлений и процессов;</p> <p><b>Уметь:</b> находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; анализировать внутреннюю и внешнюю среду функционирования предприятия; применять</p>	

						различные современные методы и инструменты маркетинговых исследований; решать организационные задачи; работать с нормативными документами, регулирующими деятельность организации, и другими информационными источниками; <b>Иметь навыки:</b> оценки рисков ситуаций и формирования своевременных программ проведения антирисковых мероприятий; проведения маркетинговых исследований деятельности предприятия; подготовки, составления и контроля различных видов документации; навыками выделения «узких мест» в системе сбыта; <b>Быть компетентным:</b> в оценке эффективности функционирования маркетинговой деятельности конкретного предприятия.
<b>КВ – Компонент по выбору</b>						
АЕ 06 Модуль Анализ и экспертиза	ЕТУ 2211 Экспертиза товаров и услуг	БД/КВ	Экзамен	3	5	<b>ЕТУ 2211 Экспертиза товаров и услуг</b> <b>Знать:</b> методы определения технических, эксплуатационных, экономических, эстетических и других параметров потребительских товаров, средств производства и услуг; категориально-понятийный аппарат экспертизы товаров и услуг; нормативные акты и технические регламенты в области экспертизы товаров и услуг; <b>Уметь:</b> применять методы экспертизы товаров и услуг в профессиональной деятельности; принимать решения на основе всестороннего анализа потребительских свойств и характеристик товаров и услуг; квалифицированно проводить экспертизу товаров и услуг; <b>Иметь навыки:</b> определения технических, эксплуатационных, экономических, эстетических и других параметров потребительских товаров, средств производства и услуг; <b>Быть компетентным:</b> в области проведения экспертизы товаров и услуг, определения технических, эксплуатационных, экономических, эстетических и других параметров потребительских товаров, средств производства и услуг. <b>// КТ 2211 Коммерческое товароведение</b> <b>Знать:</b> нормативные документы, определяющие качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение товаров; свойства и показатели ассортимента; гигиенические требования к качеству; методы проведения экспертизы потребительских товаров; идентификацию и фальсификацию товаров; <b>Уметь:</b> анализировать товарный ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; работать с нормативными документами и законодательными актами; оформлять документы для целей сертификации и услуг; проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения; разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь; осуществлять приемку товаров по количеству и качеству; <b>Иметь навыки:</b> составления претензии на некачественные товары и ответы на претензии; осуществлять связи с поставщиками и покупателями; контролирующими органами; <b>Быть компетентным:</b> в обеспечении соблюдения правил и режимов транспортирования, хранения, реализации потребительских товаров; организации складского хранения и сбыта продукции.
	// КТ 2211 Коммерческое товароведение					
	МУ 2212 «Маркетинг услуг»	БД/КВ	Экзамен	3	6	<b>МУ 2212 «Маркетинг услуг»</b> <b>Знать:</b> сущность услуг, признаки их классификации; специфику маркетинга услуг; систему

						<p>предоставления услуг; пути согласования спроса и предложения услуг; методику формирования концепции маркетинга в различных областях деятельности сферы услуг.</p> <p><b>Уметь:</b> обосновать возможность и необходимость применения и развития маркетинга в управлении предприятием на рынке услуг; разработать комплексную стратегию маркетинга в сфере услуг; определить покупательские риски в сфере услуг</p> <p><b>Иметь навыки:</b> формирования комплекса маркетинга в различных отраслях деятельности в сфере услуг; оценки качества услуг; разработки стандарта обслуживания в сфере услуг</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в принятии решения по комплексу производства услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям в сфере услуг; в разработке комплекса маркетинга для любого предприятия сферы услуг.</p> <p>// РМ 1212 «Промышленный маркетинг»</p> <p><b>Знать:</b> основные отличия промышленного маркетинга от потребительского; особенности брендинга на промышленных рынках; методы сегментирования и позиционирования на промышленных рынках; особенности ценообразования на промышленном рынке; особенности создания каналов распределения на промышленном рынке; виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на промышленных рынках; особенности проведения маркетинговых исследований на промышленных рынках</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять планирование маркетинговой деятельности на промышленном предприятии; анализировать различные ценовые стратегии в конкретном контексте; проводить сегментирование промышленного рынка; разрабатывать стратегию позиционирования и маркетинговых коммуникаций; осуществлять разработку и реализацию маркетинговой стратегии промышленного предприятия.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> владения методологией проведения качественных и количественных исследований на промышленных рынках; методологией сегментирования, позиционирования; оценки эффективности различных видов маркетинговых коммуникаций; методикой построения карт восприятия и ценности.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в выработке практических рекомендаций в сфере управления рыночными процессами в промышленном маркетинге, их исследовании и регулировании.</p>
	//РМ1212 «Промышленный маркетинг»					
МР 07 Модуль Маркетинговые исследования и предпринимательство	МК 3213 Маркетинговые коммуникации	БД/КВ	Экзамен	6	5	<p><b>МК 3213 «Маркетинговые коммуникации»</b></p> <p><b>Знать:</b> основные понятия маркетинговых коммуникаций на основе широкого круга теоретических и практических материалов; факторы, определяющие эффективность маркетинговых коммуникаций; содержание коммуникационного процесса; каналы коммуникаций; виды коммуникационных сетей и стилей;</p> <p><b>Уметь:</b> применять основные понятия, принципы коммуникации при анализе и решении конкретных экономических ситуаций; разрабатывать эффективные формы коммуникационной политики фирмы; применять современные коммуникационные технологии; строить эффективные коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> по разработке системы маркетинговых коммуникаций в рыночных условиях; продвижения товаров и услуг на потребительский рынок; находить организационно - управленческие решения и готовности нести ответственность за них;</p>

	<p>// SM 3213 Социальный маркетинг</p>					<p><b>Быть компетентным:</b> в применении методов проведения исследований на рынке рекламных услуг; формирования бюджета маркетинговых коммуникаций; проведении презентации современных коммуникационных технологий.</p> <p><b>// SM 3213 Социальный маркетинг</b></p> <p><b>Знать:</b> сущность и содержание основных понятий и категорий социального маркетинга; методологические основы социального маркетинга; методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности в сфере социального маркетинга; социальное значение маркетинговой деятельности в коммерческой и некоммерческой области;</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать широкий круг проблем социального маркетинга, экономических и социально-психологических аспектов маркетинговой деятельности; выступать в роли эксперта, аналитика и консультанта в сферах социального маркетинга; планировать социально-значимые проекты и осуществлять проектирование работ в области изучения общественного мнения: организовывать работу маркетинговой службы;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> продвижения социально значимых проблем; изучения корпоративной культуры, фандрайзинга, позиционирования организации; приемами построения эффективной коммуникации с целевой аудиторией;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в применении методов маркетингового планирования социальных проектов и кампаний; формировании коммуникационной политики при проведении социальных проектов и кампаний; разработке методов привлечения целевой аудитории к участию в деятельности некоммерческой организации.</p>
	<p>МІ 2214 Маркетинговые исследования</p>	<p>БД/КВ</p>	<p>Экзамен</p>	<p>4</p>	<p>6</p>	<p><b>МІ 2214 Маркетинговые исследования</b></p> <p><b>Знать:</b> методики проведения маркетингового исследования: основные этапы: методы, приемы, инструменты сбора и анализа информации; способы предоставления результатов; достоинства и недостатки отдельных методов и инструментов сбора информации: опрос, наблюдение, эксперимент, фокус – группу, анкету, механические устройства; принципиальные особенности и различия применяемых методов анализа при различных направлениях маркетинговых исследований: внешних и внутренних; специфику проведения отдельных видов маркетинговых исследований: конкуренции; конъюнктуру;</p> <p><b>Уметь:</b> производить сбор, обработку и анализ различных видов информации; проводить конкретные мини – маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением отчета по нему;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> по проведению телефонных, устных, письменных опросов; организации проведения опроса на основе фокус – группы; квалифицированному составлению анкет по различным проблемам исследования; сценарий (гайдов) для проведения фокус – группы;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в проведении маркетинговых исследований, разработке маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствовании ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.</p> <p><b>//STAD 2214 «Современные технологии анализа данных»</b></p> <p><b>Знать:</b> основные виды и процедуры обработки информации, модели и методы решения задач</p>
	<p>//STAD 2214</p>					

	«Современные технологии анализа данных»					<p>обработки информации; методы эффективного использования информационных технологий математической обработки данных;</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать исходную информацию; разрабатывать документы, оценивать объемы и сроки выполнения работ; соотносить практическую ситуацию и соответствующую информационную технологию; осуществлять математическую и информационную</p>
						<p>постановку задач по обработке информации</p> <p><b>Иметь навыки:</b> владения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, работы с компьютером как средством управления информацией, работы с информацией в глобальных компьютерных сетях</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в проведении целенаправленного статистического анализа с применением изученных в курсе методов, в принятии управленческих решений на основе анализа данных, моделирования и прогнозирования процессов социально - экономического развития.</p>
	РВР 2215 «Предпринимательство и бизнес-планирование»	БД/КВ	ТЗ Экзамен КР	3 4	6	<p><b>РВР 2215 «Предпринимательство и бизнес-планирование»</b></p> <p><b>Знать:</b> теоретические и практические основы организации предпринимательской деятельности; экономическое содержание и сущность понятий «предприниматель», «предпринимательство», «предпринимательская деятельность»; виды предпринимательской деятельности; ресурсное и правовое обеспечение предпринимательской деятельности; информационное и инвестиционное обеспечение предпринимательской деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> верно принимать решения по организации и функционированию предпринимательской деятельности; выделить базовые процессы того или иного вида предпринимательской деятельности;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> организации предпринимательской деятельности; бизнес - моделирования и бизнес - планирования;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в области грамотного решения экономического и социального управления предпринимательской деятельностью, самостоятельного проведения оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.</p>
	//ОМР 2215 «Основы медиапланирования»					<p><b>//ОМР 2215 «Основы медиапланирования»</b></p> <p><b>Знать:</b> понятие медиапланирования в его различных ипостасях; специфику размещения рекламных и PR-материалов на медианосителях; закономерности поведения аудитории печатных СМИ, аудитории радио, аудитории телевидения, аудитории наружной рекла-мы, аудитории новых медиа; методы измерения аудитории печатных СМИ, аудитории радио, аудитории телевидения, аудитории наружной рекламы, аудитории новых медиа; стандартные параметры аудитории печатных СМИ, аудитории радио, аудитории телеви-дения, аудитории наружной рекламы, аудитории новых медиа; специфику рекламной кампании, ее цели, структуру, типологию, стратегии; специфику ценообразования при размещении рекламы на различных носителях; основные этапы медиапланирования ре-кламной кампании, необходимые ресурсы, способы контроля и методы определения ее эффективности; специфику медиапланирования отдельных PR-акций и PR-кампаний; параметры определения эффективности отдельных PR-акций и PR-кампаний;</p> <p><b>Уметь:</b> по заданным характеристикам определить целевую группу для рекламной кам-</p>

						<p>пании, для PR-акции и для PR-кампании; выбрать релевантные медианосители с учетом их базовой целевой аудитории; оценить бюджет рекламной кампании, бюджет PR-акции и бюджет PR-кампании; составить конкретный медиаплан рекламной кампании и PR-кампании;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> работы с данными измерения аудитории печатных СМИ, аудитории радио,</p>
						<p>аудитории телевидения, аудитории интернета, включая ауди-торию социальных медиа на основе профессиональных программ Galileo, Super Nova, Palomars; работы с профессиональными программными продуктами по медиапланированию Galileo, Super Nova.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в использовании ресурсов и средства Интернет для решения профессиональных задач и ведения сетевой коммуникации, участии в планировании, подготовке, и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации, оценивать эффективность интегрированных коммуникационных кампаний</p>
EDO 08 Этика деловых отношений	<p>TPDO 4216 «Теория и практика договорных отношений»</p> <hr/> <p>//МО 4216 «Маркетинг отношений»</p>	БД/КВ	Экзамен	7	6	<p><b>TPDO 4216 «Теория и практика договорных отношений»</b></p> <p><b>Знать:</b> виды договорных отношений и их характеристику; действующие нормы гражданского законодательства, регулирующие договорные отношения; источники правового регулирования договорных отношений; в области заключения, изменения и расторжения договоров;</p> <p><b>Уметь:</b> широко использовать юридические понятия, точно, полно, четко и в соответствии с законом формулировать условия договоров, управлять процессом договорных отношений на предприятии; правильно оценивать и применять нормы договорного права в практической деятельности;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> договорной работы с поставщиками и посредниками; изменения и расторжения договоров.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в формировании эффективных экономических связей на рынке совершенной конкуренции; в действующих нормах законодательства, регулирующих договорные отношения.</p> <p><b>// МО 4216 «Маркетинг отношений»</b></p> <p><b>Знать:</b> основные принципы построения различных взаимоотношений и управления ими; концепцию управления взаимоотношениями с партнерами; типы стратегий управления отношениями с партнерами; ключевые процессы и технологии управления партнерами.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить диагностику существующей системы взаимоотношений фирмы, оценки их стратегической значимости; строить согласованные цепочки взаимоотношений и управления ими; анализировать отраслевую и конкурентную среду компании; выявлять целевые сегменты и ключевых партнеров, формировать предложение ценности, проектировать каналы коммуникации и доставки ценности.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> организации процессов управления взаимоотношениями с партнерами; проведения анализа отраслевой и конкурентной среды, клиентской базы компании; осуществления организационных изменений при переходе компании к маркетингу партнерских отношений.</p>

						<b>Быть компетентным:</b> в эффективном использовании новых форм организации бизнеса (сетей, кластеров, виртуальных организаций) в профессиональной деятельности; в области разработки и внедрения CRM-проектов в систему управления компанией.
	PP 4217 «Поведение потребителей»	БД/КВ	Экзамен	7	6	<b>PP 4217 «Поведение потребителей»</b> <b>Знать:</b> сущность, содержание и особенностях психологии поведения потребителей на рынке; сущность влияния поведения покупателя на механизм принятия решений о покупке; о внешних и внутренних факторах, влияющих на поведение потребителей; основные модели поведения потребителей; механизмы принятия решения о покупке; <b>Уметь:</b> анализировать поведение потребителей; правильно оценить мотивацию покупательского поведения; моделировать проведение различных типов потребителей, владеть передовыми методами изучения поведения потребителей; делать прогноз поведения потребителей на рынке и аргументировать свою точку зрения <b>Иметь навыки:</b> различия типов потребительского поведения, а также определения индивидуальных характеристик покупателя; разработки соответствующей маркетинговой стратегии по оптимизации потребительского поведения; <b>Быть компетентным:</b> в области изучения и моделирования поведения покупателей и принятия решений о покупке, методологии анализа и оценки мотиваций покупателей для разработки маркетинговых мероприятий по завоеванию и удовлетворению целевых сегментов рынка. <b>//ЕВ 4217 «Этика бизнеса»</b> <b>Знать:</b> теоретические основы этики, профессиональной и деловой этики, делового этикета; историю формирования этических основ в Казахстане; этику менеджмента; особенности корпоративной культуры организации; основные виды деловых контактов; <b>Уметь:</b> сформировать целостное представление об этическом поведении в организации; ориентироваться в теоретических и прикладных аспектах этики бизнеса; принимать адекватные, этичные, эффективные управленческие решения, дающие предприятию возможность долговременного существования на конкурентном рынке при минимуме экономических и кадровых потерь. <b>Иметь навыки:</b> применения основных правил и закономерностей в области делового общения; создание климата делового сотрудничества. <b>Быть компетентным:</b> в эффективном взаимодействии с деловыми партнерами, в решении нравственных проблем в сфере деловых коммуникаций современного бизнеса.
	//ЕВ 4217 «Этика бизнеса»					
СК 09 Модуль Ценообразование и контроль	NN 3218 Налоги и налогообложение	БД/КВ	Экзамен	5	5	<b>NN 3218 «Налоги и налогообложение»</b> <b>Знать:</b> о взаимосвязи ценообразования и налогообложения; принципы налогообложения; виды налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджет РК; порядок исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей, действующих в РК; <b>Уметь:</b> организовать налоговый учет на предприятии сферы услуг; вести отчетность по всем видам налогов, действующим в РК; <b>Иметь навыки:</b> составления отчетов по расчетам с бюджетом и внебюджетными фондами; в заполнении деклараций по каждому отдельному виду налогов, действующих в Республике Казахстан

	// BUF 3218 «Бухгалтерский учет и финансы»					<p><b>Быть компетентным:</b> в области анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, в целях использования полученных сведений для принятия управленческих решений; самостоятельно работать с законодательными актами и нормативно-правовыми документами.</p> <p><b>// BUF 3218 «Бухгалтерский учет и финансы»</b></p> <p><b>Знать:</b> содержание и строение бухгалтерского баланса, изменение бухгалтерского баланса под влиянием хозяйственных операций; основные элементы метода бухгалтерского учета, систему двойной записи на счетах бухгалтерского учета; роль бухгалтерского учета в управлении деятельностью организации; специфику и закономерности организации финансовой системы страны; особенности работы экономики государственного бюджета, структуру и классификацию его доходов и расходов; финансовый механизм и основы построения финансовой политики предприятия; особенности работы финансовых рынков; финансовый контроль, его виды, организацию и методы; место РК в системе международных финансов</p> <p><b>Уметь:</b> отразить хозяйственную операцию на счетах бухгалтерского учета; использовать систему знаний о принципах бухгалтерского учета для анализа финансовой отчетности и для принятия управленческих решений: читать финансовую отчетность, составленную в соответствии с МСФО; анализировать структуру доходов и расходов бюджета; оценивать влияние на экономику финансовой и налоговой политики государства; определять условия достижения равновесия на рынке общественных или смешанных благ; составлять и анализировать финансовые планы развития предприятия</p> <p><b>Иметь навыки:</b> работы с финансовой отчетностью с элементами, требующими глубоких знаний в сфере МСФО; по ведению бухгалтерского учета в организациях: отражения в учете и отчетности хозяйственных операций, фактов и событий хозяйственной деятельности в соответствии с МСФО и МСА; развитыми навыками, необходимыми для обучения на следующем уровне с высокой степенью автономии</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в решение широкого класса задач научно-исследовательского и прикладного характера в области бухгалтерского учета и финансов, составлении финансовой и бухгалтерской отчетности в РК</p>
	Kon 3219 Контроллинг	БД/КВ	ТЗ Экзамен	5 6	5	<p><b>Kon 3219 «Контроллинг»</b></p> <p><b>Знать:</b> основные виды деятельности и сферы компетенции контроллера на предприятии; систему управленческого учета; применение контроллинга в управлении затратами на предприятии в реальном секторе экономики;</p> <p><b>Уметь:</b> аналитически обрабатывать учетную и отчетную информацию; оценивать эффективность функционирования объектов; оказывать содействие в создании эффективной коммуникационной системы;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> в подготовке и предоставлении информации менеджерам для принятия обоснованных управленческих решений;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в оценке протекающих процессов; выявление отклонений, выработка рекомендаций для руководства по устранению причин, вызвавших эти</p>

	// UZP 3219 Управление затратами предприятия					отклонения. <b>// UZP 3219 «Управление затратами предприятия»</b> <i>Знать:</i> методы управления затратами; методы учёта и калькулирования затрат; группировку затрат по статьям калькуляции; основные функции системы управления затратами; структуру и смету затрат; основные принципы расчета издержек обращения; <i>Уметь:</i> проводить анализ и оценивать эффективность затрат; рассчитывать показатели снижения себестоимости; производить расчеты эффектов от снижения затрат; анализировать структуру затрат; классифицировать затраты в соответствии с целями; <i>Иметь навыки:</i> работы с научной литературой по дисциплине, нормативными материалами и документами, составления бюджетов; расчета различных видов и элементов затрат; <i>Быть компетентным:</i> в области применения системы учета затрат на предприятиях, в работе с нормативными материалами и документами, используемыми при расчете различных видов и элементов затрат.
	ССР 3220 «Ценообразование и ценовая политика»  //KSM 3220 Консалтинг в сфере маркетинга	БД/КВ	Экзамен	5	6	<b>ССР 3220 «Ценообразование и ценовая политика»</b> <i>Знать:</i> принципы ценообразования; современные подходы к ценообразованию; структуру цены; виды цен на различные услуги; методы и методики ценообразования; о влиянии инфляции на ценообразование; <i>Уметь:</i> осуществлять экономические расчеты по обоснованию и планированию ресурсов и расчету исходных цен на продукцию; обосновывать выбор видов цен для заданных рыночных условий и объемов производства; контролировать реализацию планов; <i>Иметь навыки:</i> в применении современных методик и приемов ценообразования в маркетинговых исследованиях; по формированию стратегии и тактики фирмы при формировании цены на оказываемые услуги; <i>Быть компетентным:</i> в современной теории и практике ценообразования, современных методах ценообразования, в применении экономических расчетов по обоснованию и планированию ресурсов и расчету исходных цен на продукцию, делать их выбор для заданных рыночных условий и объемов производства. <b>//KSM 3220 «Консалтинг в сфере маркетинга»</b> <i>Знать:</i> основные элементы теории и методологии смежных наук; способы анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса; способы разработки бизнес-планов для создания и развития новых организаций; технологию обобщения результатов исследования; <i>Уметь:</i> проводить практические исследования; проводить анализа проблемных ситуаций, анализировать разработки предложений и рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности; <i>Иметь навыки:</i> построения таких взаимоотношений между клиентской и консультационной организациями (консультантом), которые позволят «продавать» идеи, способствующие развитию организации клиента; руководства проектом, позволяющим выполнить проект для клиента в срок и в пределах бюджета; творческого подхода к работе; <i>Быть компетентным:</i> в области возможностей и ограничений консультирования как вида профессиональной деятельности, в выработке практических рекомендаций в виде проекта

						организационных изменений организации.
<b>ПД - Профилирующие дисциплины</b>						
<b>ВК – Вузовский компонент</b>						
РОrg 10 Модуль Профессионально- организационный	UM 3301 Управление маркетингом	ПД/ВК	Экзамен КР	6	5	<p><b>Знать:</b> сущность, содержание и принципы управления маркетингом основы организации процесса управления маркетингом; стратегию и тактику управления достоинства и недостатки организации служб маркетинга; специфику и сущностную взаимосвязь маркетингового планирования и контроля;</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать и экономически обосновывать оперативные и стратегические маркетинговые планы в деятельности предприятия; организовывать службу маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех его структур; контролировать маркетинговую деятельность и оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> по оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в организации процесса управления маркетингом ориентированного на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требования рынка и получения прибыли.</p>
	PP 2 3302 Производственная практика 2	ПД/ВК	Экзамен Отчет	6	5	<p><b>Знать:</b> порядок и схему проведения ситуационного анализа организации; порядок и схему проведения анализа финансово-экономической деятельности организации; схему организационно-управленческого анализа отдела маркетинга предприятия; основную организационно-распорядительную, методическую, нормативно-техническую, справочную документацию организации и принципы работы с ней; основы анализа и формализации ключевых бизнес-процессов организации; порядок разработки эффективных управленческих решений; методику анализа и прогноза экономических явлений и процессов.</p> <p><b>Уметь:</b> находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; анализировать внутреннюю и внешнюю среду функционирования предприятия; рассчитывать бюджет маркетинга; исследовать функции управления маркетингом в триединстве планирования, организации и контроля; применять различные современные методы и инструменты маркетинговых исследований; решать организационные задачи; работать с нормативными документами, регулирующими деятельность организации, и другими информационными источниками.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> принятия организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность; анализировать социально значимые проблемы и процессы; осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в эффективном управлении маркетинговой деятельностью предприятия.</p>
	Mer 4303	ПД/ВК	Экзамен	7	5	<p><b>Знать:</b> формирование ассортиментной политики; наиболее оптимальное и удобное</p>

RTU 11 Модуль Продвижения товаров и услуг	Мерчендайзинг					<p>размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале; создание благоприятной атмосферы магазина; модернизация форм и методов организации торгово-технологического процесса магазина;</p> <p><b>Уметь:</b> разработать и применить средства и методы мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов; рационально планировать торговый зал; размещать торговое оборудование и товары в торговом зале;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> идентификации, систематизации, кодирования и анализа ассортимента товаров;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в содействии продаж товаров и их марок; разработке и применению средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.</p>
	RTU 4304 «Реклама товаров и услуг»	ПД/ВК	КР	7	5	<p><b>Знать:</b> законы, правила и функции рекламы; порядок и содержание постановки рекламных целей; стили рекламного обращения; правила составления рекламных слоганов, уметь отличать хорошие слоганы от плохих, попрактиковаться в разработке слоганов; характеристику основных средств распространения рекламы, их «плюсы» и «минусы»; современное состояние рекламного рынка Казахстана;</p> <p><b>Уметь:</b> исходя из маркетинговой ситуации, выбрать адекватное средство распространения рекламы; адекватный носитель рекламы;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> анализа рекламного имени и рекламных слоганов; овладения методикой исследования коммуникативной эффективности рекламы; по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов; по организации и проведению рекламной кампании предприятия сферы услуг;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в проведении рекламных исследований и применения результатов исследований в практической деятельности; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг.</p>
	РР 4305 Преддипломная практика	ПД/ВК	Экзамен Отчет	8	5	<p><b>Знать:</b> эффективную систему управления маркетинговой деятельностью любого хозяйствующего субъекта на основе применения принципов и технологий, научно-методологической и организационно – технологической базы маркетинг – менеджмент;</p> <p><b>Уметь:</b> правильно называть органы управления предприятия; профессионально ориентироваться в формах собственности и организационно-правовых формах предприятий и организаций различных сфер хозяйственной деятельности; формулировать миссию, цели и задачи предприятия; классифицировать должности персонала предприятия; дифференцировать организационную структуру, задачи и функции подразделений предприятия; оценивать правильность внешнего и внутреннего оформления предприятия; формулировать задачи службы маркетинга на предприятии; анализировать рекламные проспекты и объявления предприятия, решения в сфере развития организационных коммуникаций и PR; составлять отчетную документацию.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> проведения маркетинговых исследований деятельности предприятия с целью определения его перспектив, потенциальных возможностей, а также конкурентных преимуществ на исследуемых рынках</p>

						<b>Быть компетентным:</b> в области совместной работы бакалавра маркетинга со специалистами отделов управления человеческими ресурсами, снабжения, производства и финансов для эффективного осуществления материально–технического снабжения, производственной, инновационной и сбытовой деятельности с целью обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта на рынке.				
<b>КВ – Компонент по выбору</b>										
SML 12 Модуль Стратегический маркетинг и логистика	Log 3306 Логистика	ПД/КВ	Экзамен	5	6	<b>Log 3306 Логистика</b> <i><b>Знать:</b></i> конечную цель логистической деятельности, которая достигается в результате выполнения «шести правил логистики»; функциональную взаимосвязь логистики с маркетингом, финансами и планированием производства; виды логистических систем и модели этих систем; системный подход в логистике и его использование в формировании логистических систем; <i><b>Уметь:</b></i> использовать системный подход при формировании логистических систем; управлять материальными потоками в сферах производства и обращения; рассчитывать экономические показатели деятельности предприятия в зависимости от уровня оказываемого им логистического сервиса; <i><b>Иметь навыки:</b></i> определения оптимальных мест расположения распределительного центра на основе критерия минимума приведённых затрат; расчета экономического эффекта от использования логистики на предприятии; <i><b>Быть компетентным:</b></i> в вопросах управления материальными потоками в сфере производства и обращения, эффективном управлении материальными запасами в рамках функционирующей логистической системы <b>// KL 3306 Коммерческая логистика</b> <i><b>Знать:</b></i> основные понятия и определения; экономические и исторические предпосылки, а также этапы развития логистики; различия логистического и традиционного подхода к управлению материальными потоками; методологические основы и научную базу логистики; <i><b>Уметь:</b></i> выделять и формулировать оптимизационные задачи в функционировании экономических систем; применять логистические принципы и методы управления потоковыми процессами; <i><b>Иметь навыки:</b></i> самостоятельного усвоения новых знаний в области теории логистики; навыками выбора эффективного логистического инструментария; <i><b>Быть компетентным:</b></i> в области основ функционального логистического управления на уровне организаций бизнеса и на макроэкономическом уровне, в использовании системообразующих признаков, закономерностей и функциональных связей для построения эффективной логистической системы.				
	//KL 3306 Коммерческая логистика									
	SMM 4307 Стратегический менеджмент и маркетинг					ПД/КВ	Экзамен	8	8	<b>SMM 4307 Стратегический менеджмент и маркетинг</b> <i><b>Знать:</b></i> основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основные теории стратегического менеджмента; основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации; <i><b>Уметь:</b></i> ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных

						<p>функций; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> по разработке маркетинговой стратегии и системы маркетинговых коммуникаций в рыночных условиях для продвижения товаров и услуг на потребительский рынок;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в разработке стратегии организации, используя инструментальный стратегического менеджмента; в использовании в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга.</p> <p><b>// МММ 4307 «Международный менеджмент и маркетинг»</b></p> <p><b>Знать:</b> предмет и место международного маркетинга и менеджмента в системе социально-гуманитарных и социально-экономических наук; основные особенности деятельности предприятия в сфере международного маркетинга и менеджмента, ограничения и возможности в международном маркетинге; особенности проведения международных маркетинговых исследований; стратегии выхода предприятий на международные рынки; особенности системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках; способы оценки рисков деятельности при выходе на международные рынки.</p> <p><b>Уметь:</b> оценивать привлекательность международных рынков и уровень деловой активности; трансформировать методы, способы и методики анализа и прогнозирования применительно к специфическим особенностям и целям использования маркетинга в международной сфере; применять теоретические положения, идеи и методы классического маркетинга для решения конкретных практических задач в международной деятельности.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> владения методиками анализа и прогнозирования состояния зарубежных рынков; принятия решений о выходе на международные рынки; способами оценки перспектив улучшения позиции предприятия на международном рынке и в условиях глобальной конкуренции.</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в области разработки и реализации эффективных маркетинговых стратегий и маркетинговых мероприятий на зарубежных рынках.</p>
	// МММ 4307 «Международный менеджмент и маркетинг»					
АМНД 13 Модуль Анализ маркетинговой и хозяйственной деятельности	МА 2308 Маркетинговый анализ	ПД/КВ	Экзамен КР	6	8	<p><b>МА 2308 Маркетинговый анализ</b></p> <p><b>Знать:</b> основные методы проведения маркетингового анализа: ABC-анализ и «закон Парето»; возможности оптимизации организационной структуры компании, применения аутсорсинга; аналитическую схему М. Портера, матрицу McKinsy – GE, методику проведения SWOT-анализа;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить сегментирование рынка и позиционирование продукта; проводить ABC-анализ, портфельный анализ; строить кривую опыта и оптимального выпуска; использовать в анализе аналитическую схему М. Портера; проводить SWOT-анализ; рассчитывать емкость рынка;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> сегментирования и позиционирования; анализа цены выпускаемой продукции; управления ассортиментом; стимулирования сбыта; рекламы и установления связей с общественностью; построения отраслевых трендов и определения перспектив развития рынка;</p>

						<p><b>Быть компетентным:</b> в анализе возможностей продвижения товара; специальных методах проведения маркетингового анализа; в использовании современных методов и приемов экономических исследований.</p> <p>// <b>DM 2308 Дизайн – мышление</b></p> <p><b>Знать:</b> методы генерации предпринимательских идей; принципы и содержание дизайн-культуры; ценности дизайн-исследований; опыт применения дизайн-мышления мировыми инновационными компаниями;</p> <p><b>Уметь:</b> создавать модели для исследования сложных проблем; использовать прототипы для исследования потенциально возможных решений; фокусироваться на опыте пользователя; генерировать предпринимательские идеи и воплощать их в готовые продукты;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> креативного мышления и генерации перспективных бизнес-идей; создания моделей и прототипов; фокусирования на эмоциональном опыте потребителя; извлечения уроков из негативного опыта и применения их в усовершенствовании своего продукта или сервиса; создания нового продукта, базируясь на эмоциональных ценностях;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в управлении проектами, основанном на дизайн - мышлении; применении дизайн-исследований с целью превращения старт-апов в успешные бизнесы; прогнозировании актуальных тенденций развития; использовании дизайн-мышления для решения разного рода проблем.</p>
	// DMM 2308 Дизайн - мышление					
	APHD 4309 Анализ производственно- хозяйственной деятельности	ПД/КВ	Экзамен КР	7	8	<p><b>APHD 4309 Анализ производственно - хозяйственной деятельности</b></p> <p><b>Знать:</b> современные методы анализа экономической деятельности предприятия; способы выявления резервов повышения эффективности производства; методы оценки результатов деятельности предприятия, его подразделений и работников.;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ экономической деятельности предприятия; вырабатывать стратегию и тактику развития предприятия; обосновывать планы и управленческие решения, осуществлять контроль за их выполнением; определять положение хозяйствующего субъекта на рынке и перспективы его развития;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> выявления факторов и расчета их влияния на показатели хозяйственной деятельности предприятия; оценки эффективности использования ресурсов предприятия; определения резервов повышения эффективности производства;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в вопросах проведения экономического анализа деятельности предприятия и подготовки информации для принятия управленческих решений.</p> <p>// <b>FAР 4309 Финансовый анализ предприятия</b></p> <p><b>Знать:</b> нормативно-правовую базу, регулирующую финансово-хозяйственную деятельность предприятий; методы изучения и анализа рыночной конъюнктуры; методы обработки информации в целях обоснования управленческих решений и планов предприятия; методы выявления резервов повышения эффективности деятельности предприятий;</p> <p><b>Уметь:</b> вырабатывать управленческие решения, исходя из анализа различных вариантов, в целях повышения эффективности деятельности предприятий; использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии; проводить анализ финансовой отчетности и использовать полученные результаты в целях обоснования планов и управленческих решений;</p>
	// FAР 4309 Финансовый анализ предприятия					

						<p><b>Иметь навыки:</b> формировать систему показателей и использовать современные технологии сбора и обработки информации в целях оценки деятельности предприятия;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в вопросах проведения финансового анализа деятельности предприятия и подготовки информации для принятия управленческих решений.</p>
	<p>ИМ 4310 Инновационный маркетинг</p>	ПД/КВ	Экзамен	8	6	<p><b>ИМ 4310 Инновационный маркетинг</b></p> <p><b>Знать:</b> сущность, роль и значение инновационных процессов; механизмы и формы государственной поддержки инновационных процессов; основные формы инновационного предпринимательства; основные методы и способы воздействия в системе маркетинга инноваций;</p> <p><b>Уметь:</b> принимать самостоятельные решения в вопросах планирования, прогнозирования и выбора инновационной стратегии; владеть методами технико-экономического обоснования инновационных проектов; применять методы прогнозирования экономических показателей инноваций; применять соответствующие методики оценки инновационных рисков;</p> <p><b>Иметь навыки:</b> определения приоритетов инновационного развития; формирования инновационной инфраструктуры предприятия; эффективности инновационных проектов;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в формировании инновационной инфраструктуры предприятия, в определении приоритетов развития инновационной деятельности в Казахстане и экономическом содержании и важнейших составляющих национальной инновационной системы.</p> <p>// <b>ИМ 4310 Интернет-маркетинг</b></p> <p><b>Знать:</b> типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов интернет-маркетинга; виды и особенности применения различных инструментов интернет-маркетинга; методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете; методы анализа эффективности и аналитики инструментов интернет-рекламы; этапы работ при реализации маркетинговых задач в интернете и цифровой среде.</p> <p><b>Уметь:</b> выстраивать отношения с подрядчиками услуг по интернет - маркетингу; настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики.</p> <p><b>Иметь навыки:</b> базовой электронной коммерции; коммерческой этики в электронной и виртуальной среде;</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в разработке маркетинговой стратегии и реализации рекламной кампании в Интернете, в использовании инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании или предприятия.</p>
<b>ИА - Итоговая аттестация</b>						
<p>IA 14Модуль Итоговая аттестация</p>	<p>NZDR (P) 4501 Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного</p>	ИА	Защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексно	8	12	<p><b>Знать:</b> историю предприятия, перспективы его развития, организационную структуру; характеристику предприятия по организационно-правовой форме, виду собственности, типу и объему производства, отраслевой специализации, мощности, численности персонала, маркетинговую деятельность предприятия, организацию службы маркетинга, основные цели и задачи, решаемые службой маркетинга; теоретические основы и концепции маркетинга; маркетинговую среду и ее составляющие; системы маркетинговой информации и</p>

	экзамена		го экзамена		<p>маркетинговых исследований; основы теории потребительского поведения на рынках; методические основы сегментирования рынка и позиционирования товара; товарную политику в системе маркетинга; ценообразование и ценовые стратегии; системы распределения и товародвижения; продвижение товаров и услуг</p> <p><b>Уметь:</b> определять место предприятия в региональном разделении труда, его роли в развитии региона, выявлять тенденции и перспективу развития предприятия, анализировать выполнение плана основных показателей деятельности предприятия; проводить анализ управления предприятием, его организационно-управленческой и производственной структур, организации службы, занимающейся вопросами, напрямую связанными с темой дипломной работы студента, дать ответы, которые обеспечивают возможность адекватной оценки знаний и профессиональной подготовки будущих специалистов; применять основные понятия принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации, проводить сегментирование рынка по различным принципам и позиционированию товара, услуги</p> <p><b>Иметь навыки:</b> исследования данных предприятия по уровню качества выпускаемой продукции, спросу на продукцию, а также конкурентоспособности выпускаемой предприятием продукции, по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге предприятия, формирования и использования трудового потенциала предприятия; чёткого и логичного формулирования своих мыслей, публичной защиты предлагаемых решений, использования в своем ответе ссылок на соответствующие положения учебной и научной литературы; отстаивания собственной точки зрения</p> <p><b>Быть компетентным:</b> в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия., в методике проведения анализа основных технико-экономических показателей, отраженных в годовых отчетах деятельности предприятия; исследование их динамики; выявление тенденций и перспектив развития предприятия; в теоретических аспектах маркетинговой деятельности.</p>
--	----------	--	-------------	--	---

4. Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы:

Курс обучения	Семестр	Количество осваиваемых модулей	Количество изучаемых дисциплин			Количество кредитов										Всего в часах	Количество	
			ОК	ВК	КВ	Теоретическое обучение	Учебная практика	Учебно-воспитательная практика	Психолого-педагогическая практика	Педагогическая практика	Производственная практика	Преддипломная практика	Итоговая аттестация	Всего	Экзамен		Диф. зачет (КП, КР)	
1	1	4	3	3	-	30									30	900	4	2
	2		5	2	-	30	5								30	900	6	1
2	3	5	2	2	3	30									30	900	4	3
	4		3	2	2	30					5				30	900	6	2
3	5	7	-	2	4	30									30	900	5	1
	6		-	3	3	30					5				30	900	6	2
4	7	5	-	2	3	30									30	900	4	2
	8		1	1	2	18						5	12	30	900	3	-	
<b>Всего:</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>228</b>	<b>5</b>				<b>10</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>240</b>	<b>7200</b>	<b>38</b>	<b>13</b>	

## 1 РАЗРАБОТАНО

Составители:

Кучер Валентина Николаевна, старший преподаватель

## 2 ОБСУЖДЕНО

2.1 На заседании кафедры ИПМ

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 года, № \_\_\_\_.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Л.П. Стеблякова

2.2 На заседании Учебно-методического совета ФИЭМ

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 года, № \_\_\_\_.

Председатель \_\_\_\_\_

2.3 Модульная образовательная программа рассмотрена и утверждена на заседании Ученого Совета

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 года, № \_\_\_\_.