

«Утверждаю»

И.о. первого проректора КарГУ
А.З. Исагулов

« _____ » _____ 2020 г.

«Согласовано»

Начальник Производства №3
ТОО «Құрылысмет»

_____ Б.Т. Жолшорин
« _____ » _____ 2020 г.

Образовательная программа 6В04105 «Маркетинг» (набор 2020 года)

№ п/п	Кол-во кредитов ECTS	Перечень дисциплин вузовского компонента и элективных дисциплин	
1	2	3	4
		ООД 02 Модуль Общеобразовательных дисциплин 2	
1	5 (ООД)	ОРЕОАК 3108 «Модуль Основы права, Экология, Основы антикоррупционной культуры» 2-1-0-6 Пререквизиты: SİK 1101 1-2-0-2 SPZ (SPKP) 2106 4-1-0-3,4 Постреквизиты: -	
<p>Целью изучения дисциплины является: воспитание казахстанского патриотизма, формирование мировоззрения обучающихся, повышение общественного и индивидуального правосознания и правовой культуры, выступающими в качестве необходимых условий совершенствования правовой государственности в Республике Казахстан. Получение системных знаний об основах устойчивого развития общества, о современных подходах рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды. Формирование антикоррупционного мировоззрения, системы знаний по противодействию коррупции и выработка на этой основе гражданской позиции по отношению к коррупции, формирование у студентов антикоррупционной культуры.</p> <p>Содержание основных разделов: понимание основы права в качестве самостоятельной науки, а также в качестве академической дисциплины, основывается на следующих основных элементах: основы теории государства и права, основы конституционного права, основы административного права, трудового права, гражданского и семейного права, основы уголовного и процессуального права, основы финансового и налогового права, основы экологического и земельного права, основы международного права. Экология и проблемы современной цивилизации. Экологические и экономические принципы устойчивого развития, Зеленая экономика и рациональное природопользование. Охрана окружающей среды. Глобальное партнерство в целях устойчивого развития. Понимание основы антикоррупционной культуры в качестве самостоятельной науки основывается на следующих основных элементах: понятие коррупции как антисоциального явления, формирование антикоррупционной культуры, правовой ответственности за коррупционные деяния, морально-этической ответственности за коррупционные деяния в различных сферах, совершенствование социально-экономических отношений казахстанского общества, как условия противодействия коррупции.</p> <p>Результаты обучения: иметь навыки работы с источниками права, уметь применять нормы права к конкретным правовым ситуациям, знать значение законодательных актов, а также ведущих отраслей национального права, используя закон, защищать свои права и обязанности. Знать условия устойчивого развития производства и принципы организации рационального природопользования. Иметь навыки работы с действующим законодательством в области противодействия коррупции, уметь действовать в ситуации конфликта интересов, знать особенности природы коррупционного поведения, а также вопросы правовой ответственности за коррупционные деяния.</p>			

FE 03 Модуль Фундаментальная экономика		
2	8 (БД)	<p style="text-align: center;">ЕТ 1201 «Экономическая теория» 2-3-0-1 Пререквизиты: - Постреквизиты: Мік 2202 2-1-0-4</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование системы знаний об экономических закономерностях развития общества и проблемах его эффективного функционирования. Содержание основных разделов: основы общественного производства, экономические системы, национальная экономика как система, экономический рост, мировая экономика. Результаты обучения: знать фундаментальные проблемы функционирования экономики, уметь использовать экономические модели для анализа экономической ситуации, собирать обобщать и анализировать экономическую информацию.</p>
3	5 (БД)	<p style="text-align: center;">Мік 2202 «Микроэкономика» 2-1-0-4 Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1 Постреквизиты: ЕР 3206 2-1-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование представления о методах микроэкономики об основных микроэкономических моделях для объективной оценки поведения субъектов рыночной экономики и успешной самореализации их в бизнес -среде Содержание основных разделов: теория спроса и потребительское поведение, основы теории производства, издержки производства, фирмы и рынки, рынки факторов производства, теория внешних эффектов Результаты обучения: знать механизм построения графических моделей, уметь описывать взаимоотношения экономических агентов с использованием категорий микроэкономики, выработки эффективного поведения на рынке в качестве игрока рынка.</p>
4	5 (БД)	<p style="text-align: center;">Мак 2203 «Макроэкономика» 2-1-0-3 Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1 Постреквизиты: ЕР 3206 2-1-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование знаний о функционировании экономической системы в целом, о процессах, совершающихся на макроуровне. Содержание основных разделов: экономический рост; экономические циклы; модель AD-AS; фискальная политика; монетарная политика; модель IS-LM; платежный баланс и валютные курсы.. Результаты обучения: знать современные школы макроэкономики и направления экономической политики, уметь проанализировать макроэкономическую ситуацию, разрабатывать макроэкономическую политику исходя из конкретной экономической ситуации.</p>

5	5 (БД)	<p align="center">УР 1204 «Учебная практика» 0-10-0-2</p> <p align="center">Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1</p> <p align="center">Постреквизиты: Маг 2208 2-1-0-3</p> <p>Целью изучения дисциплины является: приобретение первичных профессиональных компетенций, включающих теоретические знания, полученные в процессе обучения.</p> <p>Содержание основных разделов: ознакомление с направлениями деятельности вуза, со специальностью, организационно-правовой формой, структурой системой управления организаций, навыков работы в трудовом коллективе.</p> <p>Результаты обучения: иметь навыки работы с нормативными документами, регулирующими деятельность организации, и другими информационными источниками, представление отчета о прохождении практики.</p>
РО 04 Модуль Профессионально- ориентированный		
6	5 (БД)	<p align="center">МЕ 1205 «Математика в экономике» 1-2-0-1</p> <p align="center">Пререквизиты: -</p> <p align="center">Постреквизиты: Мак 2203 2-1-0-3</p> <p>Целью изучения дисциплины является: развитие у студентов логического и алгоритмического мышления, изучение основных методов исследования и решения математических задач; умение применять приобретенные теоретические знания к решению конкретных практических задач.</p> <p>Содержание основных разделов: элементы линейной алгебры и аналитической геометрии, дифференциальное исчисление функции одной переменной, интегральное исчисление функции одной переменной</p> <p>Результаты обучения: использует методы математической статистики для обработки материалов исследования в области маркетинговых услуг. Вырабатывает практические рекомендации на основе проведенного математического анализа.</p>
7	5 (БД)	<p align="center">ЕР 3206 «Экономика предприятия» 2-1-0-5</p> <p align="center">Пререквизиты: Мік 2202 2-1-0-4</p> <p align="center">Постреквизиты: АРНД 4309 2-3-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование базовых экономических знаний и навыков организации производства</p> <p>Содержание основных разделов: среда функционирования предприятия; продукция предприятия, ее конкурентоспособность; производственные ресурсы; себестоимость продукции, ее роль в хозяйственном механизме; ценообразование; инновационная и инвестиционная деятельность; финансовые результаты.</p> <p>Результаты обучения: нахождение наиболее экономичных путей достижения конечных результатов, освоение и применение инструментов оценки эффективности деятельности предприятия.</p>
	5 (БД)	<p align="center">РОК (R)/Уа 3207 «Профессионально-ориентированный казахский (русский) /иностраный язык» 0-3-0-5</p> <p align="center">Пререквизиты: Уа 1103 0-6-0-1,2 К(R)Уа 1104 0-6-0-1,2</p> <p align="center">Постреквизиты: УМ 3301 2-1-0-6</p>

		<p>Целью изучения дисциплины является: овладение базисной общенаучной терминологией, терминами по специальности в объеме лексического минимума, а также на знание типов коммуникативной организации научных текстов, репрезентирующих основные темы / изучение в интеграции со специальными дисциплинами с целью приобретения специальных навыков, основанных на профессиональных и лингвистических знаниях.</p> <p>Содержание основных разделов: предполагает овладение умениями осуществлять трансформацию способов выражения типовых значений; формировать знания правил включения синтаксических единиц в коммуникативный акт, общетехническая речевая практика. Профессионально – ориентированная речевая тематика специальности. Базовый категорийно - понятийный аппарат общетехнического характера в его иноязычном выражении. Специальный материал и его использование в заданных профессиональных ситуациях. Система упражнений для обучения аудированию. Диалогические и монологические тексты профессионально - ориентированного характера и их коммуникативные цели. Система упражнений для обучения говорению.</p> <p>Результаты обучения: овладение умениями осуществлять трансформацию способов выражения типовых значений формировать знания правил включения синтаксических единиц в коммуникативный акт формирование у студентов способности иноязычного общения в конкретных профессиональных, деловых, научных сферах и ситуациях с учетом особенностей профессионального мышления.</p>
		<p>UD 05 Модуль Управленческие дисциплины</p>
10	6 (БД)	<p style="text-align: center;">Мар 2208 «Маркетинг» 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: УМ 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности</p> <p>Содержание основных разделов: концепции маркетинга; маркетинговые исследования; сегментирование рынка и позиционирование товара; товарная и ценовая политика; продвижение товара на рынке; управление маркетингом; некоммерческий (социальный) маркетинг, его виды.</p> <p>Результаты обучения: овладение практическими навыками применения элементов и принципов маркетинга в деятельности хозяйствующих субъектов.</p>
11	5 (БД)	<p style="text-align: center;">МНР 1209 «Менеджмент и HR» 3-2-0-2</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: УМ 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование навыков использования концепций, теорий и инструментов менеджмента</p> <p>Содержание основных разделов: методологические основы и инфраструктура менеджмента; функции менеджмента; разработка управленческих решений; организационные отношения; мотивация, регулирование, контроль; управление человеком и группой; динамика групп и лидерство; управление конфликтами, изменениями, стрессами.</p> <p>Результаты обучения: применение теоретической и практической базы в области управления организацией на различных уровнях.</p>
12	5 (БД)	<p style="text-align: center;">РР1 2210 «Производственная практика 1» 0-10-0-4</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: УМ 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: закрепление профессиональной компетенции, приобретение практических навыков и опыта</p>

		<p>профессиональной деятельности.</p> <p>Содержание основных разделов: формирование профессиональных умений, навыков и компетенций, овладение передовыми методами труда и производства, приобретение организаторского и профессионального роста.</p> <p>Результаты обучения: умение самостоятельно планировать свою деятельность и определять ролевую профессиональную позицию.</p> <p>Представление отчета о прохождении практики.</p>	
		АЕ 06 Модуль Анализ и экспертиза	
14	5 (БД)	<p style="text-align: center;">ЕТУ 2211 «Экспертиза товаров и услуг» 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: Log 3306 2-2-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: изучение методов определения технических, эксплуатационных, экономических, эстетических и других параметров потребительских товаров, средств производства и услуг.</p> <p>Содержание основных разделов: средства экспертизы, методы экспертизы, экспертиза товаров и товароведческая экспертиза, документальная экспертиза, санитарно-гигиеническая экспертиза, таможенная экспертиза, экологическая экспертиза, нормативно-правовые нормы в области экспертизы.</p> <p>Результаты обучения: применять методы экспертизы товаров и услуг в профессиональной деятельности</p>	<p style="text-align: center;">// КТ 2211 «Коммерческое товароведение» 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: KL 3306 2-2-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: дать студентам теоретические и практические основы товароведных знаний.</p> <p>Содержание основных разделов: товароведение как наука и практическая деятельность, товар как объект товароведной деятельности, ассортиментная характеристика товаров, классификация и кодирование товаров, роль штрихового кодирования товаров, цена и стоимость товара, фальсификация товаров, правовое регулирование товароведной деятельности.</p> <p>Результаты обучения: уметь определять номенклатуру потребительских свойств и показателей товаров; устанавливать виды товарных потерь и разрабатывать меры по их снижению</p>
15	5 (БД)	<p style="text-align: center;">MU 2212 «Маркетинг услуг» 2-2-0-3</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: обеспечение понимания студентами основ и принципов организации маркетинговой деятельности в сфере услуг.</p> <p>Содержание основных разделов: основы маркетинга услуг; рынки услуг; классификация услуг; функция закупки в организациях-заказчиках; моделирование организационного покупательского поведения; сегментирование рынка услуг; специфика маркетинга услуг; продвижение в комплексе маркетинга сферы услуг.</p> <p>Результаты обучения: уметь разрабатывать комплекс маркетинга для любого предприятия услуг, использовать знания прикладного маркетинга в организации деятельности предприятий и организаций сферы услуг.</p>	<p style="text-align: center;">// РМ 1212 «Промышленный маркетинг» 2-2-0-3</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: приобретение студентами знаний об особенностях маркетинговой деятельности на промышленном рынке и рынке B2B.</p> <p>Содержание основных разделов: сущность и содержание промышленного маркетинга; промышленные закупки и покупательское поведение; управление закупками и анализ стратегий закупок; управление промышленными продажами; особенности проведения маркетинговых исследований на промышленных рынках.</p> <p>Результаты обучения: уметь осуществлять разработку и реализацию маркетинговой стратегии промышленного предприятия; приобрести навыки операционной деятельности маркетолога на промышленном предприятии.</p>
		МР 07 Модуль Маркетинговые исследования и предпринимательство	
17	5 (БД)	<p style="text-align: center;">МК 3213 «Маркетинговые коммуникации» 2-1-0-6</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: Mag 2208 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: Mer 4303 2-1-0-7</p>	<p style="text-align: center;">//SM 3213 «Социальный маркетинг» 2-1-0-6</p> <p style="text-align: center;">Преквизиты: Mag 2208 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: Mer 4303 2-1-0-7</p>

		<p>Целью изучения дисциплины является: изучение научно-теоретических основ коммуникации, а также овладение практическими навыками продвижения товаров и услуг.</p> <p>Содержание основных разделов: роль коммуникаций в маркетинге. понятие МК, коммуникационный процесс, тенденции развития МК, цели маркетинговых коммуникаций, комплекс маркетинговых коммуникаций, понятие целевой аудитории.</p> <p>Результаты обучения: разрабатывать эффективные формы коммуникационной политики фирмы; осуществлять деятельность по креативной разработке рекламодателей и их практическому использованию в рамках процесса маркетингового коммуницирования.</p>	<p>Целью изучения дисциплины является: формирование базовых знаний в области теории, методологии и практики социального маркетинга, возможностей социального маркетинга в продвижении массовых социальных проектов и кампаний.</p> <p>Содержание основных разделов: сущность и содержание социального маркетинга; организация маркетингового управления социальной сферой; социальная компетентность и ответственность; разработка комплекса социального маркетинга, особенности коммуникаций в социальном маркетинге.</p> <p>Результаты обучения: приобрести навыки экспертной оценки и консультирования в сфере социального маркетинга, умения планирования и организации исследований социальных проектов</p>
18	5 (БД)	<p>МІ 2214 « Маркетинговые исследования» 2-2-0-4</p> <p>Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у бакалавров целостной системы знаний маркетинговых исследований, понятийно-терминологического аппарата, характеризующего маркетинговые исследования.</p> <p>Содержание основных разделов: разработка подхода к проведению маркетинговых исследований; план маркетингового исследования; процесс сбора данных и подготовки данных к анализу, отчет о проведенных маркетинговых исследованиях и его презентация.</p> <p>Результаты обучения: уметь применять полученные знания в практической деятельности маркетолога.</p>	<p>RM 2214 « Современные технологии анализа данных» 2-2-0-4</p> <p>Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: получение студентами знаний и навыков анализа данных различной природы для принятия обоснованных решений и прогнозирования социально - экономического развития.</p> <p>Содержание основных разделов: статистический анализ, регрессионный анализ, анализ временных рядов, прогнозирование временных рядов, многомерный статистический анализ, многомерное шкалирование.</p> <p>Результаты обучения: проводить целенаправленный статистический анализ с применением изученных в курсе методов, обосновывать управленческие решения на основе анализа данных, моделирования и прогнозирования процессов.</p>
19	6 (БД)	<p>РВР 2215 «Предпринимательство и бизнес-планирование» 2-2-0-4</p> <p>Пререквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p>Постреквизиты: EP 3206 2-1-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование базовых знаний и практических навыков для осуществления предпринимательской деятельности и разработки бизнес-плана инновационного проекта.</p> <p>Содержание основных разделов: экономическая сущность, типы и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Предпринимательские идеи и их реализация. Конкуренция и предпринимательские риски. Цель и задачи бизнес - планирования. Виды бизнес-плана. Этапы разработки бизнес-плана. Рыночные</p>	<p>//OMP 2215 «Основы медиапланирования» 2-2-0-4</p> <p>Пререквизиты: MHR 1209 3-2-0-2</p> <p>Постреквизиты: EP 3206 2-1-0-5</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование комплексного понимания процесса и технологий медиапланирования, овладение первичными навыками анализа аудитории СМК, разработкой этапов медиапланирования рекламной или PR-кампании</p> <p>Содержание основных разделов: понятие медиапланирования и его место в рекламной и PR-деятельности; аудитория как ключевое понятие эффективного медиапланирования в рекламной и PR-деятельности; ценообразование при размещении рекламы; процессы медиапланирования в PR-деятельности: основные этапы, ресурсы,</p>

		<p>исследования и анализ сбыта, план маркетинга. Точки критического риска. Финансовый план.</p> <p>Результаты обучения: уметь принимать правильные и грамотные решения в области экономического и социального управления предпринимательской деятельностью; способность самостоятельно разрабатывать и представлять бизнес – планы предприятия.</p>	<p>средства контроля.</p> <p>Результаты обучения: приобрести способность осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной деятельностью, деятельностью по связям с общественностью, проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок.</p>
EDO 08 Этика деловых отношений			
	6 (БД)	<p>TPDO 4216 «Теория и практика договорных отношений» 2-2-0-7</p> <p>Пререквизиты: ОРЕОАК 3108 2-1-0-6</p> <p>Постреквизиты: SMM 4307 2-3-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у студентов комплекса знаний и компетенций в области теории и практики договорного регулирования отношений между субъектами предпринимательства в различных сферах рыночной экономики.</p> <p>Содержание основных разделов: сущность договорных отношений; функции хозяйственного (предпринимательского) договора; система предпринимательских договоров; содержание и практическое применение договорного права в практической хозяйственной деятельности предприятий.</p> <p>Результаты обучения: приобрести практические навыки самостоятельной работы с нормативно-правовыми материалами для составления предпринимательских (хозяйственных) договоров.</p>	<p>// МО 4216 «Маркетинг отношений» 2-2-0-7</p> <p>Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: MMM 4307 2-3-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений клиентоориентированной фирмы.</p> <p>Содержание основных разделов: теоретические основы маркетинга взаимодействия; маркетинг взаимодействия и стратегии управления взаимоотношениями; инструменты маркетинга взаимодействия: анализ структуры взаимоотношений и вовлеченных сторон, модель Р.Моргана и Ш.Ханта, сетевой подход к дистрибуции.</p> <p>Результаты обучения: уметь прогнозировать отношения с объектами взаимодействия; применить методы анализа клиентской базы.</p>
	6 (БД)	<p>PP 4217 «Поведение потребителей» 2-2-0-7</p> <p>Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: SMM 4307 2-3-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование знаний о сущности, содержании и особенностях психологии поведения потребителей на рынке.</p> <p>Содержание основных разделов: поведение потребителей в современной концепции маркетинга; факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; процесс принятия потребителями решения о покупке; особенности потребительского поведения на рынке B2B.</p> <p>Результаты обучения: уметь правильно оценить мотивацию покупательского поведения, владеть передовыми методами изучения поведения потребителей.</p>	<p>//ЕВ 4217 «Этика бизнеса» 2-2-0-7</p> <p>Пререквизиты: Мар 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: MMM 4307 2-3-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование психологических и нравственных качеств специалиста в сфере маркетинга.</p> <p>Содержание основных разделов: основные концепции этики бизнеса, направления бизнес - этики и их применимость в предпринимательской деятельности; нормы и ценности деловой активности, нравственные аспекты предпринимательства и его социальной ответственности перед обществом.</p> <p>Результаты обучения: уметь справиться с трудными и непредвиденными ситуациями во взаимодействии с клиентами.</p>
СК 09 Модуль Ценообразование и контроль			
21	5 (БД)	<p>NN 3218 «Налоги и налогообложение» 2-1-0-5</p> <p>Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1</p>	<p>// BUF 3218 «Бухгалтерский учет и финансы» 2-1-0-5</p> <p>Пререквизиты: ЕТ 1201 2-3-0-1</p>

		<p>Постреквизиты: Kon 3219 1-2-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: овладение студентами теоретических и практических знаний в области налогообложения.</p> <p>Содержание основных разделов: основные элементы налога и их классификация. Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых органов. Особенности налогообложения индивидуального подоходного налога. Социальный налог. Земельный налог. Налог на имущество. Анализ налоговых систем развитых стран мира. Направления совершенствования налогового законодательства РК в соответствии с передовым мировым опытом.</p> <p>Результаты обучения: уметь организовать налоговый учет на предприятии, вести отчетность по всем видам налогов, действующим в РК и приобрести практические навыки в составлении отчетов по расчетам с бюджетом и внебюджетными фондами.</p>	<p>Постреквизиты: UZP 3219 1-2-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование системы знаний финансовой теории; представление о содержании финансового и бухгалтерского учета как научной дисциплины</p> <p>Содержание основных разделов: методологии и организации бухгалтерского учета организаций различных форм собственности; использовании учетной информации для принятия управленческих решений.</p> <p>Результаты обучения: применение на практике нормативных положений и системы документального оформления операций, отражающих финансово-хозяйственную деятельность организации.</p>
22	5 (БД)	<p>Kon 3219 «Контроллинг» 1-2-0-6</p> <p>Пререквизиты: NN 3218 2-1-0-5</p> <p>Постреквизиты: APHD 4309 2-3-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: получение знаний в области контроля реализации планов и получения оценки эффективности функционирования объектов.</p> <p>Содержание основных разделов: основные виды деятельности и сферы компетенции контроллера. Контроллинг маркетинга и контроллинг обеспечения ресурсами. Контроллинг в области логистики. Контроллинг финансов и инвестиций. Система управленческого учета. Развитие контроллинга в РК.</p> <p>Результаты обучения: уметь оценивать протекающие процессы, выявлять отклонения, их причины и выработать рекомендации для руководства по устранению причин, вызвавших эти отклонения.</p>	<p>// UZP 3219 «Управление затратами предприятия» 1-2-0-6</p> <p>Пререквизиты: BUF 3218 2-1-0-5</p> <p>Постреквизиты: FAP 4309 2-3-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у студентов знаний о концептуальных основах управления затратами, классификации затрат и основных методах их анализа, о методах управления затратами.</p> <p>Содержание основных разделов: основные положения теории управления затратами. Экономическая природа затрат и их классификация. Бюджетирование затрат. Принятие краткосрочных управленческих решений на основе анализа затрат.</p> <p>Результаты обучения: уметь проводить анализ и оценивать эффективность затрат, рассчитывать показатели снижения себестоимости.</p>
23	6 (БД)	<p>ССР 3220 «Ценообразование и ценовая политика» 2-2-0-5</p> <p>Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: изучение базовых концепций ценообразования, методологических основ расчета внутренних, внешнеторговых, мировых, оптовых и розничных цен, приемов формирования ценовой политики, ценовых стратегий, помогающих в выработке управленческих решений.</p> <p>Содержание основных разделов: ценовая политика предприятия;</p>	<p>//KSM 3220 «Консалтинг в сфере маркетинга» 2-2-0-5</p> <p>Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у бакалавров знаний, умений и навыков оказания консалтинговых услуг в сфере маркетинга.</p> <p>Содержание основных разделов: этапы и характеристики консалтингового исследования; организация и проведение исследования; методы и способы взаимоотношений с клиентскими</p>

		<p>механизм формирования рыночных цен; система цен и ее структура; методы ценообразования; государственное регулирование цен; ценообразование и инфляция.</p> <p>Результаты обучения: осуществлять экономические расчеты по обоснованию и планированию ресурсов и расчет исходных цен на услуги.</p>	<p>организациями.</p> <p>Результаты обучения: уметь самостоятельно предоставлять информацию, диагностировать организацию, разрабатывать новую систему, обучать персонал новым методам, рекомендовать организационные и другие изменения.</p>
		POrg 10 Модуль Профессионально-организационный	
24	5 (ПД)	<p style="text-align: center;">UM 3301 «Управление маркетингом» 2-1-0-6</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: Mer 4303» 2-1-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование комплекса знаний по маркетингу как концепции и системы управления организацией в рыночной среде</p> <p>Содержание основных разделов: планирование и организация маркетинга на предприятии; стратегии маркетинга на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; контроль и маркетинговый аудит.</p> <p>Результаты обучения: умение использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией.</p>	
25	5 (ПД)	<p style="text-align: center;">PP2 3302 «Производственная практика 2»</p> <p style="text-align: center;">0-10-0-6</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: EP 3206 2-1-0-5</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: APHD 4309 2-3-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: закрепление профессиональной компетенции, приобретение практических навыков и опыта профессиональной деятельности.</p> <p>Содержание основных разделов: формирование профессиональных умений, навыков и компетенций, овладение передовыми методами труда и производства, приобретение организаторского и профессионального роста.</p> <p>Результаты обучения: умение самостоятельно планировать свою деятельность и определять ролевую профессиональную позицию. Представление отчета о прохождении практики.</p>	
		RTU 11 Модуль Продвижения товаров и услуг	
26	5 (ПД)	<p style="text-align: center;">Mer 4303 «Мерчендайзинг» 2-1-0-7</p> <p style="text-align: center;">Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p style="text-align: center;">Постреквизиты: PP 4305 0-10-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у бакалавров навыков осуществления производственно-технологической деятельности в торговых предприятиях.</p> <p>Содержание основных разделов: определение, цели, задачи и принципы мерчендайзинга; организация деятельности отдела мерчендайзинга; понятие и показатели эффективности мерчендайзинга; мерчендайзинговый подход к выкладке товаров; внутримаркетинговая информация и сэмплинг как инструменты мерчендайзинга.</p> <p>Результаты обучения: уметь разрабатывать и применять средства и методы мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.</p>	
		RTU 4304 «Реклама товаров и услуг» 1-2-0-7	
		Пререквизиты:	

		<p style="text-align: center;">Mar 2208 2-1-0-3 Постреквизиты: PP 4305 0-10-0-8</p> <p>Целью изучения дисциплины является: ознакомление студентов с основными принципами организации рекламной деятельности, понятием рекламно-информационной деятельности. Содержание основных разделов: реклама в системе маркетинговых коммуникаций; эволюция развития и основные виды рекламы; субъекты рекламной деятельности; социально-психологические основы рекламы; рекламные обращения: модели, структура; реклама в прессе; повышение роли интернет - рекламы; закон о Рекламе в РК Результаты обучения: исходя из маркетинговой ситуации уметь выбрать адекватное средство и носитель распространения рекламы, рассчитывать эффективность рекламных мероприятий.</p>	
28	5 (ПД)	<p style="text-align: center;">PP 4305 «Преддипломная практика» 0-10-0-8 Пререквизиты: APHD 4309 2-3-0-7 Постреквизиты: -</p> <p>Целью изучения дисциплины является: завершение написания дипломной работы. Содержание основных разделов: сбор, обработка и обобщение практического материала по теме дипломной работы, анализ статистических и отчетных данных, формулирование выводов, рекомендаций и предложений. Результаты обучения: представление отчета о прохождении преддипломной практики и использование собранного материала для написания дипломной работы.</p>	
SML 12 Модуль Стратегический маркетинг и логистика			
29	6 (ПД)	<p style="text-align: center;">Log 3306 «Логистика» 2-2-0-5 Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3 Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: овладение знаниями в области логистического подхода к управлению материальными и информационными потоками в сферах производства и обращения. Содержание основных разделов: понятие и сущность логистики. Концепция, принципы и функции логистики. Материальные потоки в логистике. Логистические системы. Закупочная логистика. Производственная логистика. Транспортная логистика. Информационная логистика. Сервисная логистика. Связь логистики с маркетингом. Результаты обучения: иметь практические навыки расчета экономического эффекта от использования логистики.</p>	<p style="text-align: center;">// KL 3306 «Коммерческая логистика» 2-2-0-5 Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3 Постреквизиты: UM 3301 2-1-0-6</p> <p>Целью изучения дисциплины является: обучение основам системной рационализации управления и интегрированного взаимодействия структурных подразделений предприятий и их партнеров для достижения корпоративной цели бизнеса с оптимальными затратами ресурсов. Содержание основных разделов: логистика как новое мышление руководителей. Затраты и конфликты затрат в логистических системах. Экономические компромиссы. Методы снижения затрат в логистических системах. Роль информационной логистики в управлении предприятием. Результаты обучения: уметь применять логистические принципы и методы управления потоковыми процессами.</p>
30	8 (ПД)	<p style="text-align: center;">SMM 4307 «Стратегический менеджмент и маркетинг» 2-3-0-8 Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3 MHR 1209 3-2-0-2</p>	<p style="text-align: center;">// MMM 4307 «Международный менеджмент и маркетинг» 2-3-0-8 Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3 MHR 1209 3-2-0-2</p>

		<p>Постреквизиты: -</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у студентов навыков применения принципов, методов и функций стратегического менеджмента и маркетинга с целью разработки перспективных планов развития предприятия.</p> <p>Содержание основных разделов: модель стратегического менеджмента. Система стратегического менеджмента. Стратегическая концепция. Стратегии ключевых подсистем организации. «Стратегическая пирамида». Два вида конкурентного преимущества. Сравнение стратегического и тактического менеджмента..</p> <p>Результаты обучения: ставить и решать задачи операционного маркетинга; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.</p>	<p>Постреквизиты: -</p> <p>Целью изучения дисциплины является формирование комплекса теоретических знаний и практических навыков по методике и практике управления организацией в соответствии с парадигмой современного менеджмента и маркетинга.</p> <p>Содержание основных разделов: основные понятия международного маркетинга и менеджмента; международные компании; стратегия международного бизнеса; конкурентоспособность компаний на мировом рынке; международные маркетинговые исследования; организация сбыта и системы товародвижения международными компаниями</p> <p>Результаты обучения: применять теоретические положения, идеи и методы классического маркетинга и менеджмента для решения конкретных практических задач в международной деятельности.</p>
		АМНД 13 Модуль Анализ маркетинговой и хозяйственной деятельности	
32	8 (ПД)	<p style="text-align: center;">МА 3308 «Маркетинговый анализ» 2-3-0-6</p> <p>Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: RTU 4304 1-2-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование практических навыков, использования различных методов проведения маркетингового анализа с целью изучения ситуации на рынке, оценки конкурентоспособности компании, разработки маркетинговой стратегии и тактики.</p> <p>Содержание основных разделов: Сущность, содержание и организация маркетингового анализа. Основные направления маркетингового анализа. Информация в маркетинговом анализе. Планирование маркетингового анализа. Процесс маркетингового анализа. Анализ миссии, видения и комплекса маркетинга компании. Анализ эффективности сегментирования рынка и позиционирования товара. Анализ стратегий роста компании. Анализ позиций бизнеса. Точка безубыточности. Анализ емкости рынка. Анализ эффективности рекламной кампании.</p> <p>Результаты обучения: способность проводить портфельный анализа, строить кривую опыта и оптимального выпуска, рассчитывать емкость рынка.</p>	<p style="text-align: center;">// DMM 3308 «Дизайн – мышление в маркетинге» 2-3-0-6</p> <p>Пререквизиты: Mar 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: RTU 4304 1-2-0-7</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у студентов комплекса методологических установок дизайн-мышления, компетенций в сфере решения инженерных, деловых и прочих задач, основываясь на творческом (не аналитическом) подходе.</p> <p>Содержание основных разделов: дизайн - мышление как комплекс мировоззренческих и методологических установок. Этапы дизайн-мышления: понимание, фокус, идеи, прототип, тест. Эмпатия как центр дизайн - процесса, ориентированного на человека. Генерация идей.</p> <p>Результаты обучения: применять нестандартные подходы к решению задач, переосмысливать суть бизнеса, лучше понимать потребности клиентов, находить уникальные и прибыльные ниши, реализовывать социальные проекты.</p>
33	8 (ПД)	<p style="text-align: center;">АРНД 4309 «Анализ производственно- хозяйственной деятельности» 2-3-0-7</p> <p>Пререквизиты: EP 3206 2-1-0-5</p> <p>Постреквизиты: PP 4305 0-10-0-8</p>	<p style="text-align: center;">// FAP 4309 «Финансовый анализ предприятия» 2-3-0-7</p> <p>Пререквизиты: EP 3206 2-1-0-5</p> <p>Постреквизиты: PP 4305 0-10-0-8</p>

		<p>Целью изучения дисциплины является: получение знаний и практических навыков по основам проведения анализа производственно- хозяйственной деятельности предприятия и подготовки информации для принятия управленческих решений.</p> <p>Содержание основных разделов: методологические основы экономического анализа деятельности предприятия; методы проведения сравнительного и факторного анализа; расчет влияния факторов на результаты хозяйственной деятельности; способы оценки эффективности использования ресурсов.</p> <p>Результаты обучения: уметь проводить анализ по основным технико-экономическим показателям деятельности предприятия различными методами.</p>	<p>Целью изучения дисциплины является: формирование навыков исследования финансового состояния предприятия и определения финансовых результатов его деятельности</p> <p>Содержание основных разделов: виды финансового анализа, методы проведения анализа активов, источников финансирования, платежеспособности и финансовой устойчивости, деловой активности, рыночной стоимости компании.</p> <p>Результаты обучения: уметь выработать управленческие решения, исходя из анализа различных вариантов, в целях повышения эффективности деятельности предприятий.</p>
34	6 (ПД)	<p>ИМ 4310 «Инновационный маркетинг» 1-2-0-8</p> <p>Пререквизиты: Маг 2208 2-1-0-3</p> <p>Постреквизиты: -</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у обучающихся целостного представления о механизмах управления инновационными процессами.</p> <p>Содержание основных разделов: сущность, роль и значение инновационных процессов; механизмы государственной поддержки инновационных процессов; формы инновационного предпринимательства; основные методы и способы воздействия в системе маркетинга инноваций.</p> <p>Результаты обучения: принимать самостоятельные решения в вопросах применения маркетинговых инструментов к ситуациям разработки и вывода на рынок инновационного товара.</p>	<p>// InM 4310 «Интернет-маркетинг» 1-2-0-8</p> <p>Пререквизиты: ИКТ 1105 1-0-2-2</p> <p>Постреквизиты: -</p> <p>Целью изучения дисциплины является: формирование у студентов комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга, прямо или косвенно связанных с Интернетом при продвижении сайта.</p> <p>Содержание основных разделов: интернет маркетинг в современных условиях; средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет; аудитория Интернета; основные принципы работы с аудиторией сайта.</p> <p>Результаты обучения: иметь практические навыки использования технологии интернет - маркетинга в деятельности предприятия.</p>

Зав. кафедрой «Инженерное предпринимательство и маркетинг»

Л.П. Стеблякова