

**«ТУРАН» УНИВЕРСИТЕТИ»
МЕКЕМЕСІ**



**УЧРЕЖДЕНИЕ
«УНИВЕРСИТЕТ «ТУРАН»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утвержден
на заседании УМС
учреждения «Университет «Туран»
Протокол №__ от «__» _____ 2018 г.

Проректор по УМР
_____ Абдиев К.С.

КАТАЛОГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

по специальности 5В051100 - «Маркетинг»

2018 год набора

Обсужден и рекомендован на заседании Учебно-методического бюро
Экономического факультета, протокол № __ «__» _____ 2018 г.

Председатель Учебно-методического бюро
Экономического факультета, д.э.н., профессор _____ Нурмуханова Г.Ж.
(подпись)

Обсужден и рекомендован на заседании кафедры
«Маркетинг и логистика», протокол № __ «__» _____ 2018 г.

Заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика» _____ Разакова Д.И.
(подпись)

Согласован
Руководитель отдела учебно-методической работы _____ Примбетова Г.С.
(подпись)

Оглавление

1 Общие модули	3
1.1 Общие обязательные модули (ООД по ТУПл)	3
1.2 Общие модули по выбору (блок ООД и БД (предпринимательские).....	3
2 Модули по специальности.....	4
2.1 Обязательные модули по специальности (БД и ПД по ТУПл)	4
2.2 Элективные модули по специальности (БД и ПД).....	4
3 Дополнительные модули по выбору (ПД).....	6
Содержание модулей (дисциплин).....	7

1 Общие модули

1.1 Общие обязательные модули (ООД по ТУПл)

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академическая степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Ақпараттық- коммуникациялық технологиялар/ Информационно-коммуникационные технологии/ Information and communication technologies	ООД ОК	бакалавр	3	5	1	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Шетел тілі 1 Иностранный язык 1 Foreign Language 1	ООД ОК	бакалавр	4	6	1	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Қазақ (Орыс) тілі 1 Казахский (русский) язык 1 Kazakh (Russian) language 1	ООД ОК	бакалавр	4	6	1	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Қазақстанның қазіргі заман тарихы Современная история Казахстана The modern history of Kazakhstan	ООД ОК	бакалавр	3	5	2	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Шетел тілі 2/ Иностранный язык 2/ Foreign Language 2	ООД ОК	бакалавр	2	3	2	Шетел тілі 1 Иностранный язык 1 Foreign Language 1	Все экономические специальности
Қазақ (Орыс) тілі 2/ Казахский (русский) язык 2/ Kazakh (Russian) language 2	ООД ОК	бакалавр	2	3	2	Қазақ (Орыс) тілі 1 Казахский (русский) язык 1 Kazakh (Russian) language 1	Все экономические специальности
Философия / Философия / Philosophy	ООД ОК	бакалавр	3	5	2	Без пререквизитов	Все экономические специальности

1.2 Общие модули по выбору (блок ООД и БД (предпринимательские))

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академическая степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Социально-когнитивный модуль1 1.Лидерство и психология общения 2.Академическое письмо	ООД КВ	бакалавр	4 3	6 5	1	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Социально-когнитивный модуль2 1.Социология и политология 2.Академическое письмо	ООД КВ	бакалавр	4 3	6 5	1	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Предпринимательские модули							
Модуль Введение в предпринимательство: 1. Введение в предпринимательство	БД КВ	бакалавр	5	8	3	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Модуль Этика и правовое сопровождение бизнеса: 1. Культура ведения бизнеса 2. Предпринимательское право	БД КВ	бакалавр	3 2	4 3	4	Без пререквизитов	Все экономические специальности

Модуль Правовая основа бизнеса: 1.Юридическое сопровождение бизнеса 2.Право интеллектуальной собственности	БД КВ	бака- лавр	3 2	4 3	4	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Модуль Инструменты экономического анализа: 1. Бизнес-анализ 2. Маркетинговый анализ	БД КВ	бака- лавр	2 3	3 4	6	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Модуль Финансовые инструменты для бизнеса: 1.Отчетность субъектов бизнеса 2.Финансовое сопровождение бизнеса	БД КВ	бака- лавр	2 3	3 4	6	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Стартап 1.Бизнес-планирование 2. Управление проектами	БД КВ	бака- лавр	3 2	4 3	7	Без пререквизитов	Все экономические специальности

2 Модули по специальности

2.1 Обязательные модули по специальности (БД и ПД по ТУПл)

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академиче- ская степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Экономическая теория	БД ОК	бакалавр	3	5	2	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Математика в экономике	БД КВ	бакалавр	2	3	2	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Профессиональный казахский (русский) язык	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Казахский (русский) язык	5В051100 Маркетинг
Профессионально-ориентированный иностранный язык	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Иностранный язык	5В051100 Маркетинг
Микроэкономика	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Макроэкономика	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Микроэкономика	5В051100 Маркетинг
Маркетинг	БД ОК	бакалавр	3	5	3	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Менеджмент	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Финансы	БД ОК	бакалавр	2	3	4	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Бухгалтерский учет и аудит	БД ОК	бакалавр	2	3	4	Без пререквизитов	5В051100 Маркетинг
Маркетинговые исследования	ПД ОК	бакалавр	3	5	5	Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Управление маркетингом	ПД ОК	бакалавр	2	3	6	Маркетинг	5В051100 Маркетинг

2.2 Элективные модули по специальности (БД и ПД)

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академическая степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Поведенческий модуль: 1. Поведение потребителей 2. Маркетинг отношений	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	4	Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Психология потребителей: 1. Типология потребительского поведения 2. Маркетинг в некоммерческих организациях	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	4	Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг услуг и логистика: 1. Маркетинг услуг 2. Маркетинговая логистика	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	5	Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг в отраслях и товародвижение: 1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности 2. Товародвижение в системе маркетинга	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	5	Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Технологии продвижения 1: 1. Маркетинговые коммуникации 2. Рекламное искусство 3. Брендинг	ПД КВ	бакалавр	3 2 3	5 3 4	5	Маркетинг Поведение потребителей	5В051100 Маркетинг
Модуль: Технологии продвижения 2: 1. Технологии продвижения товаров и услуг 2. Теория и практика PR 2. Управление торговыми марками	ПД КВ	бакалавр	3 2 3	5 3 4	5	Маркетинг Поведение потребителей	5В051100 Маркетинг
Модуль Маркетинг в сфере услуг 1: 1. Маркетинг в индустрии гостеприимства 2. Трейд-маркетинг 3. Мерчендайзинг	ПД КВ	бакалавр	3 2 3	5 3 5	6	Маркетинг услуг Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг в сфере услуг 2: 1. Маркетинговые исследования в туризме 2. Управление продажами 3. Искусство продажи	ПД КВ	бакалавр	3 2 3	5 3 5	6	Маркетинг услуг Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль Маркетинг по отраслям1: 1. Банковский маркетинг 2. Промышленный маркетинг	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	7	Маркетинг услуг Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль Маркетинг по отраслям2: 1. Маркетинг в финансовых организациях 2. Маркетинг B2B	БД КВ	бакалавр	3 2	5 3	7	Маркетинг услуг Маркетинг	5В051100 Маркетинг
Модуль: Международный и стратегический маркетинг: 1. Международный маркетинг 2. Стратегический маркетинг	ПД КВ	бакалавр	3 2	5 3	7	Маркетинг, Управление маркетингом	5В051100 Маркетинг
Модуль: Международный бизнес и управление конкурентоспособностью:	ПД КВ	бакалавр				Маркетинг,	5В051100 Маркетинг

1. Международный бизнес 2. Маркетинговое управление конкурентоспособностью			3 2	5 3	7	Управление маркетингом	
Модуль: Ресурсы и инструменты маркетинга 1: 1. Планирование маркетинга 2. Интернет-маркетинг	ПД КВ	бака- лавр	3 3	5 5	8	Маркетинг, Маркетинговые исследования	5B051100 Маркетинг
Модуль: Ресурсы и инструменты маркетинга 2: 1. Контроллинг 2. Электронный маркетинг	ПД КВ	бака- лавр	3 3	5 5	8	Маркетинг, Маркетинговые исследования	5B051100 Маркетинг

3 Дополнительные модули по выбору (ПД)

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академиче- ская степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Ағылшын тілі - I / Английский язык - I / English language - I	БД КВ	бакалавр	2	3	2	Профессионально-ориентированный иностранный язык	Все экономические специальности
Шетел тілі (екінші) – I / Иностранный язык (второй) - I / Foreign Language (second) - I	БД КВ	бакалавр	2	3	2	Без пререквизитов	Все экономические специальности
Ағылшын тілі - II / Английский язык - II / English language - II	БД КВ	бакалавр	3	5	4	Английский язык - I	Все экономические специальности
Шетел тілі (екінші) – II / Иностранный язык (второй) - II / Foreign Language (second) - II	БД КВ	бакалавр	3	5	4	Иностранный язык (второй) - I	Все экономические специальности
Ағылшын тілі - III / Английский язык - III / English language - III	БД КВ	бакалавр	2	3	5	Английский язык - II	Все экономические специальности
Шетел тілі (екінші) – III / Иностранный язык (второй) - III / Foreign Language (second) - III	БД КВ	бакалавр	2	3	5	Иностранный язык (второй) - II	Все экономические специальности
Ағылшын тілі - IV / Английский язык - IV / English language - IV	БД КВ	бакалавр	2	3	6	Английский язык - III	Все экономические специальности
Шетел тілі (екінші) – IV / Иностранный язык (второй) - IV / Foreign Language (second) - IV	БД КВ	бакалавр	2	3	6	Иностранный язык (второй) - III	Все экономические специальности
Ағылшын тілі (сертификатталған курс) / Английский язык (сертифицированный курс) / English (certified course)	БД КВ	бакалавр	3	5	7	Английский язык - IV	Все экономические специальности
Екінші шет тілі (сертификатталған курс) / Второй иностранный язык (сертифицированный курс) / Second foreign language (certified course)	БД КВ	бакалавр	3	5	7	Иностранный язык (второй) - IV	Все экономические специальности

Содержание модулей (дисциплин)

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Общие обязательные модули Шифр и название модуля: ICT1101 Информационно-коммуникационные технологии Код дисциплины: ИКТ1105 Название дисциплины: Информационно-коммуникационные технологии Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 3 ECTS -5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 5 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Курс дает представление об использовании пакетов прикладных программ, архитектуре вычислительных систем, операционных системах и сетях; знакомит с основными концепциями разработки сетевых и веб приложений, основами информационной безопасности, принципами информационно-коммуникационных технологий и электронного обучения; позволяет вести самостоятельный творческий поиск, изучить возможности современных информационных технологий и тенденций их развития.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать: особенности различных операционных систем, информационные ресурсы, электронные таблицы, а также экономические и политические факторы, способствующие развитию информационно-коммуникационных технологий; знать архитектуру, - уметь: работать с электронными таблицами, базами данных, выполнять консолидацию данных, строить графики, применять методы и средства защиты информации: проектировать и создавать простые веб-сайты; производить обработку векторных и растровых изображений; создавать мультимедийные презентации; использовать различные социальные платформы для общения; рассчитать и оценить показатели производительности супер-компьютеров; использовать различные формы электронного обучения для расширения профессиональных знаний; пользоваться различными облачными сервисами, - владеть: навыками работы с информационными ресурсами, облачными сервисами и базами данных для поиска, хранения, обработки, защиты и анализа информации, проектирования простых веб-сайтов, создания мультимедийных презентаций. По окончании курса у студента формируются компетенции : владение современными информационными технологиями и ИКТ навыками: программное обеспечение, Web-design, E-commerce, Digital-маркетинг, Internet of Things, Big Data.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Общие обязательные модули Шифр и название модуля: FL1102 Иностранный язык Код дисциплины: FL 1103

	Название дисциплины: Иностранный язык Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 4 ECTS -6	Иностранный	1 семестр	
Кол-во часов 180	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практич. занятия – 60 ак.ч. СРС – 90 ак.ч, СРСР – 30ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Задачи достаточного уровня (A2) овладения английским языком отражены в следующих дескрипторах, реализуемых в моделируемых формах речи и типах коммуникаций: - способность и готовность варьировать и комбинировать языковой материал, ориентируясь на решение конкретных коммуникативных задач в наиболее распространенных стандартных ситуациях общения, предусмотренных программой; - умение вести ритуализированные диалоги, а также групповое обсуждение (унисон, спор); умение что-либо утверждать и обосновывать сказанное; - делать краткое сообщение в русле основных сфер и тем общения; - воспринимать на слух и понимать короткие аутентичные тексты информативного, описательного и прагматического характера; - читать и понимать основное содержание легких аутентичных текстов разных жанров, выражать свое отношение к прочитанному; - заполнить анкету, написать письмо, письменно подготовить краткую аннотацию с непосредственной опорой на текст. - читать и понимать простые прагматичные тексты.			
Результаты обучения (компетенции)	В соответствии с Общеευропейскими стандартами языковых компетенций и Дублинской моделью универсальных описаний компетенций (Дублинские дескрипторы) результаты обучения выражаются в формировании таких компетенций как лингво-культурологическая, социо-культурологическая, когнитивная, коммуникативная, и соответствуют приобретению студентом следующих способностей и навыков: - моделировать формы и типы речи и коммуникации: интервью, дискуссия, диспут; - моделировать формы и типы устной и письменной коммуникации: описание, повествование, рассуждение, сообщение; - понимать несложные рекламные тексты, газетные и журнальные статьи, адаптированную для своего уровня литературу - моделировать типы письменных речевых произведений: частное письмо, реферат, доклад, эссе. - понять основную идею простых неадаптированных текстов, даже если вам встретятся незнакомые слова. - понять разговорную речь среднего темпа со знакомыми словами, умение уловить смысл фильма или телевизионного шоу на языке оригинала, если читаете и переводите субтитры. - написать небольшой рассказ о себе, своем городе, описать предложенную картинку, выразить свое мнение. - составить личное письмо на общие темы, текст поздравления и т. п. По окончании курса у студента формируются компетенции: языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Статус	Тип модуля: Общие обязательные модули Шифр и название модуля: K(R)L1103 Казахский (русский) язык Код дисциплины: K(R)L 1104 Название дисциплины: Казахский (русский) язык Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 4 ECTS -6	Казахский (русский)	1 семестр	
Кол-во часов 180	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практич. занятия – 60 ак.ч. СРС – 90 ак.ч, СРСР – 30ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	1. Родина начинается с семьи, семейные ценности, семейные традиции; 2. Молодая семья и традиция, бюджет молодой семьи, социальная защита РК; 3. Характер и внешность, духовный мир и общество; 4. Время и человек, время ценнее золота, свободное время студента; 5. Здоровый образ жизни, чистота – залог здоровья; 6. Моя родина – Казахстан. Независимая страна; 7. Традиционные искусства казахского народа; 8. Национальная культура. Айтыс, кюй; 9. А.Кунанбаев, Ш.Кудайбердиулы, Ж.Аймауытов; 10. Родина. Исторические места родины; 11. Моя профессия, университет, выбор профессии; 12. Будущее независимого Казахстана; 13. Дипломатия, начальство, администрация, управление персоналом; 14. Общество и молодежь, молодёжь и общественные организации; 15. Наука и техника, научные новости казахстанцев, инновация			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: знать: -социокультурные условия Казахстана и особенности функционирования казахского языка; -сферы, обстановки, ситуации общения, социальные и статусные роли участников речевой коммуникации; -языковую систему и стилистические ресурсы на лексико-грамматическом уровне; -минимум общенаучной книжной лексики и терминов, минимум речевых тем в рамках специальности; уметь: -определять приоритетные коммуникативные интенции и задачи; -строить стратегию общения для достижения успешной коммуникации; -осуществлять отбор лексико-грамматических стилистических единиц в соответствии с экстралингвистическими условиями речевой коммуникации; владеть: -оперированием языковыми, речевыми и стилистическими средствами общения; -умением вести официальные и полуофициальные служебно-деловые беседы / переговоры в соответствии с правилами русского речевого этикета; -навыками правильно оформлять учебно-научную работу в рамках профиля / специальности и служебно-деловую документацию. По окончании курса у студента формируются компетенции: языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Общий обязательный модуль Шифр и название модуля: K(R)L 1101 Казахский (русский) язык Код дисциплины: K(R)L 1104 Название дисциплины: Казахский (русский) язык Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 2 ECTS - 3	Казахский (русский)	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	1.Моя Родина-независимый Казахстан 2.Образ лидера 3.Надежда государства-общественные деятели 4.Время и человек 5.Характер и образ 6.Здоровый образ жизни 7.Литературное слово и искусство 8.Человек и природа 9.Казахстан в мировом пространстве 10.Путешествие по родным местам 11.Современный жилой дом 12.Казахские батыры 13.Казахские ханы 14.Наука и техника 15.Образовательная система в Казахстане			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: знать: -речевые особенности делового общения (обращение в официальной обстановке общения, минимум этикетных формул и правил при выражении просьбы, отказа, согласия / несогласия, благодарности, поздравления и др.); -виды и жанры учебно-научной и служебно-деловой речи; уметь: -продуцировать (создавать, порождать) и правильно интерпретировать высказывания научного, делового, публицистического стилей на актуальные темы в области профессиональной деятельности; владеть: - умением вести деловые встречи. - ведением переговоров. -ведением сделки и ее оформлением. -лексикой в зависимости от специальности. -навыками создания презентаций. По окончании курса у студента формируются компетенции: языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Общий обязательный модуль Шифр и название модуля: МНК1102 Современная история Казахстана

	Код дисциплины: МНК 1101 Название дисциплины: Современная история Казахстана Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 3 ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Дисциплина «Современная история Казахстана» является частью всемирной истории, истории Евразии и стран Центральной Азии. Предмет «Современная история Казахстана» в целостном виде изучает исторические события, явления, факты, процессы, выявляющие исторические закономерности, имевшие место на территории Великой степи в XX веке и до наших дней. Период XX - XXI веков является одним из важнейших в исторической судьбе казахского народа. К этому периоду относится развитие общественно-политической мысли казахского народа. Зарождаются идеи модернизации казахской государственности. История XX века наполнена социально-политическими и культурными противоречиями, политическими и экономическими преобразованиями вследствие двух Мировых войн. Данный исторический отрезок содержит в себе ключ к пониманию трансформации общества под влиянием советской системы, кризису и распаду советской системы социализма, становлению и возрождению основ государственности, политического, социально-экономического, духовно-культурного развития Казахстана с начала 90-х годов XX века до наших дней.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: знать: - предмет, цель и задачи курса «История Казахстана», основные источники и исторические исследования, научную периодизацию истории Казахстана; - важнейшие события древней и средневековой истории; - этапы формирования казахской государственности и казахского этноса; - процесс вхождения Казахстана в состав России, его положительные и негативные стороны; - развитие Казахстана в период гражданского противостояния и в условиях советского строя; - важные этапы становления суверенного и независимого Казахстана; - основные термины исторической науки уметь: - соотносить общие явления и единичные исторические факты; - самостоятельно работать с источниками и историографией, готовить рефераты, эссе и презентации; - анализировать и уметь оценивать значительные исторические события; объяснять их причинно-следственные связи; - логически мыслить, свободно дискутировать и отстаивать собственное мнение; - объяснять смысл и значение основных исторических понятий владеть навыками: - работы с источниками, историографией, материалами периодических изданий и Интернета; - написания рефератов, докладов и эссе; - подготовки и выступлений с презентациями; - составления сравнительных таблиц; - выполнения тестовых и ситуационных заданий; - публичного выступления, ведения дискуссии и полемики. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение определять место Казахстана во всемирном историческом процессе.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Общий обязательный модуль Шифр и название модуля: FL 1103 Иностранный язык Код дисциплины: FL 1103

	Название дисциплины: Иностранный язык Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 2 ECTS - 3	Иностранный	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Задачи достаточного уровня (A2) овладения английским языком отражены в следующих дескрипторах, реализуемых в моделируемых формах речи и типах коммуникаций: - способность и готовность варьировать и комбинировать языковой материал, ориентируясь на решение конкретных коммуникативных задач в наиболее распространенных стандартных ситуациях общения, предусмотренных программой; - умение вести ритуализированные диалоги, а также групповое обсуждение (унисон, спор); умение что-либо утверждать и обосновывать сказанное; - делать краткое сообщение в русле основных сфер и тем общения; - воспринимать на слух и понимать короткие аутентичные тексты информативного, описательного и прагматического характера; - читать и понимать основное содержание легких аутентичных текстов разных жанров, выражать свое отношение к прочитанному; - заполнить анкету, написать письмо, письменно подготовить краткую аннотацию с непосредственной опорой на текст. - читать и понимать простые прагматичные тексты,			
Результаты обучения (компетенции)	В соответствии с Общевропейскими стандартами языковых компетенций и Дублинской моделью универсальных описаний компетенций (Дублинские дескрипторы) результаты обучения выражаются в формировании таких компетенций как лингво-культурологическая, социо-культурологическая, когнитивная, коммуникативная, и соответствуют приобретению студентом следующих способностей и навыков: - моделировать формы и типы речи и коммуникации: интервью, дискуссия, диспут; - моделировать формы и типы устной и письменной коммуникации: описание, повествование, рассуждение, сообщение; - понимать несложные рекламные тексты, газетные и журнальные статьи, адаптированную для своего уровня литературу - моделировать типы письменных речевых произведений: частное письмо, реферат, доклад, эссе. - понять основную идею простых неадаптированных текстов, даже если вам встретятся незнакомые слова. - понять разговорную речь среднего темпа со знакомыми словами, умение уловить смысл фильма или телевизионного шоу на языке оригинала, если читаете и переводите субтитры. - написать небольшой рассказ о себе, своем городе, описать предложенную картинку, выразить свое мнение. - составить личное письмо на общие темы, текст поздравления и т. п. По окончании курса у студента формируются компетенции: языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Статус	Тип модуля: Общий обязательный модуль Шифр и название модуля: Phil 1104 Философия Код дисциплины: Phil 1102 Название дисциплины: Философия Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 3 ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Курс дает возможность формирования представлений о философии как способе познания мира в его целостности, ее основных проблемах и методах исследования действительности; - введение в историю и круг современных философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, решением социальных и профессиональных задач.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения дисциплины студент должен: знать об исторических типах философии и мировоззрения, различных трактовках понимания бытия, познания, человека, общества, ценностях; уметь идентифицировать философские и мировоззренческие основания любой позиции на базе выше указанного знания; владеть культурой творческого и критического мышления; иметь опыт деятельности в чтении и анализе оригинальной философской литературы. По окончании курса у студента формируются компетенции : умение генерировать идеи и аргументированно отстаивать свою позицию.			

Шифр и название специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Общий модуль по выбору Шифр и название модуля: SCM (1) 1304 Социально-когнитивный модуль 1 Код дисциплины: AW 1101 Название дисциплины: Академическое письмо Преподаватель: доцент, к.э.н. Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизи-ты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Русский язык, Английский язык, Информатика по школьной программе	Выполнение СРС написание курсовых и дипломных работ	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основной целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов представления о письменных формах исследований, навыков структурированного изложения собственных идей, умения создавать научные и научно-информационные тексты различных видов с учетом специфики академического дискурса, навыков критического мышления, необходимых для эффективного академического письма.			
Результаты обучения	В результате освоения дисциплины студент должен:			

(компетенции)	- знать: основные признаки жанров академического письма: эссе, аннотация, реферат, рецензия; - уметь: анализировать эссе и научные статьи с точки зрения стилистики и дизайна исследовательской стратегии автора, принадлежности к научной школе, включенности в научную традицию; строить многофакторные модели с интерпретацией данных; - владеть: навыками поиска авторитетных статей в электронных ресурсах; самостоятельного создания аннотаций, абстракта в научных статьях и монографиях, а также в рецензиях и эссе; написания, публичного представления и обсуждения научных работ. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение четко, логично излагать свои мысли, формулировать суть проблемы и ставить задачи, умение эффективно презентовать свои идеи.
----------------------	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Общий модуль по выбору Шифр и название модуля: SCM (1) 1304 Социально-когнитивный модуль 1 Код дисциплины: LPC 1102 Название дисциплины: Лидерство и психология общения Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 4 ECTS - 6	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 180	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 105 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Формирование у студентов навыка эффективно использовать различные источники власти и влияния во взаимодействии с людьми для достижения организационных целей, а также развитие их личностных лидерских качеств.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения дисциплины студент должен: Знать: основные понятия и категории лидерства и психологии общения, концепции и теории лидерства и общения в отечественной и зарубежной психологии, основные закономерности и правила коммуникативного взаимодействия; научно-теоретические основы процесса восприятия людьми друг друга в практическом взаимодействии; Уметь: применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения рационально построить процесс своего общения, также оптимизировать взаимодействие других людей, эффективно аргументировать свою позицию, выступать на публике; определять тип ситуации, управлять процессом общения в группе и при межличностном общении; Владеть: навыками разрешения конфликтов, навыками эффективной коммуникации, активного слушания, управления вниманием собеседника. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение работать в команде; – умение быть лидером, способность разрешать конфликтные ситуации.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Общий модуль по выбору

	Шифр и название модуля: SCM(2)1304 Социально-когнитивный модуль 2 Код дисциплины: SPS 1104 Название дисциплины: Социология и политология Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
1	RK – 4 ECTS - 6	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 180	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 105 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	-	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Цель дисциплины – сформировать у студентов систематизированное представление о социологии как науке: развитии социологической теории, методах и практическом использовании социологических исследований; сформировать основные научные знания о предмете и методах политологии, эволюции политической мысли, закономерностях политической жизни; помочь сориентироваться в политической действительности, выработать научный подход к оценке политических событий и явлений			
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения курса студент должен: Иметь – подготовку конкурентоспособного специалиста на рынке труда; - знания о современной общественно-экономической ситуации в Казахстане и современном мире; - способность анализировать и оценивать социально-значимые явления, политические события, процессы; - осознание нравственных ценностей и духовной культуры; Уметь – использовать полученные знания для активного и созидательного участия в развитии страны; - применять логические правила и приемы для исследовательской работы и социально-гуманитарного дискурса; - стремиться работать на благо общества; Владеть навыками - освоения прикладных методов и организации социологического исследования; - анализа особенностей развития политического процесса в Республике Казахстан и в мире. По окончании курса у студента формируются компетенции : способность к личностному и профессиональному росту.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: IE 2407 Введение в предпринимательство Код дисциплины: IE 2205 Название дисциплины: Введение в предпринимательство Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 5 ECTS - 8	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 225	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 45 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч.	100 балльная система оценки	Экономическая теория Микроэкономика	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2

СРС – 135 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.		Макроэкономика		– 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Предпринимательство в экономике необходимо рассматривать как важнейший фактор ускорения социально-экономического развития. Инициатива, риск, знание и умение предпринимателей позволяют с максимальной эффективностью использовать все экономические ресурсы, стимулировать экономический рост. Формирование предпринимательского мышления является одним из неперенных условий подготовки квалифицированных специалистов. Цель изучения дисциплины - обучение студентов теоретическим основам и практическим навыкам организации предпринимательской деятельности предприятий в конкурентных условиях. Задачи изучения дисциплины - рассмотрение теоретических и методических основ предпринимательства; - изучение процесса организации предпринимательской деятельности и оценки ее эффективности; определение и использование государственных механизмов регулирования и поддержки развития предпринимательства.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: Знать: - условия, необходимые для развития бизнеса; - законодательную базу организации бизнеса; - особенности организации малого, среднего и крупного бизнеса; - особенности организации венчурного бизнеса; - особенности различных организационно-правовых форм организации бизнеса; - условия, принципы и этапы создания собственного дела; - порядок государственной регистрации создания и ликвидации субъекта бизнеса; - значение и роль предпринимательской идеи в создании бизнеса; - необходимость и сущность бизнес-плана; - способы ресурсного обеспечения бизнеса; - способы финансирования бизнеса; - важнейшие аспекты государственного регулирования бизнеса; Уметь: - анализировать и принимать решение о выборе вида бизнеса; - обосновывать выбор организационно-правовой формы бизнеса; - осуществлять процедуры государственной регистрации создания и ликвидации субъекта бизнеса; - разрабатывать структуру и содержание бизнес-плана; - считать экономические затраты и результаты в бизнесе; - учитывать предпринимательские риски; - анализировать и использовать возможности, возникающие в процессе государственного регулирования бизнеса; - применять основные элементы системы управления бизнесом; Владеть: - методологией анализа экономической эффективности бизнеса; - методикой разработки бизнес-плана; - навыками расчетов базовых экономических показателей. По окончании курса у студента формируются компетенции: – начальные управленческие навыки и возможность саморазвития; – создание и сопровождение собственного бизнеса; – умение ориентироваться в бизнес среде на основе исследовательского подхода, анализировать социально-экономические процессы.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг			
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: BL 2404 Правовая основа бизнеса Код дисциплины: BL 2208 Название дисциплины: Юридическое сопровождение бизнеса Преподаватель:		
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность

4	RK – 3 ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Целью преподавания дисциплины является овладение студентами знаниями в области публичного и частного права, получение студентами знаний и практических навыков в сфере правового регулирования осуществления предпринимательской деятельности в Казахстане. Задачами изучения дисциплины являются ознакомление студентов с законодательством в сфере предпринимательства, субъектами предпринимательских правоотношений, с формами предпринимательства, правоспособностью юридических лиц, правового регулирования сделок и договоров, обязательственным правом. В ходе обучения дисциплине предполагается практическое изучение студентами Гражданского Кодекса РК, Предпринимательского Кодекса РК, законов и других нормативных актов, регулирующих предпринимательские отношения, коллизионных и иных норм международного частного права. Также предполагается получение студентами практических навыков по составлению предпринимательских договоров, правовой экспертизе таких договоров, а также по другим вопросам. В ходе преподавания курса студенты будут ознакомлены с наиболее актуальными проблемами теории и практики предпринимательского права, обязательственного права и права собственности лицензирования, стандартизации и сертификации.			
Результаты обучения (компетенции)	Студент должен: – уметь применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, анализировать нормы действующего предпринимательского законодательства. – владеть основными принципами и нормами предпринимательского законодательства; – уметь анализировать и использовать на практике вопросы общественной организации бизнеса; <i>В научно-исследовательской деятельности студент способен:</i> – собирать, обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию в области маркетинга, судебную практику по трудовым и гражданским спорам и правую статистику. <i>В аналитической профессиональной деятельности студент должен:</i> – уметь анализировать и применять нормы предпринимательского права с учетом всех обстоятельств анализируемого трудовых правоотношения; <i>В области управленческой деятельности студент способен на основе результатов обучения применять теоретические аспекты предпринимательского права и получить практические навыки в регулировании предпринимательских правоотношений в конкретных ситуациях и использовать их для принятия управленческих решений;</i> Студент должен уметь строить профессиональную деятельность, руководствуясь принципами социальной ответственности и ориентируясь на действующее законодательство. По окончании курса у студента формируются компетенции: – способность применять знания правовой системы и законодательства РК в профессиональной деятельности; – создание и сопровождение собственного бизнеса.			

Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: BL 2404 Правовая основа бизнеса Код дисциплины: LIP 2210 Название дисциплины: Право интеллектуальной собственности Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2 ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Право интеллектуальной собственности является одним из важнейших курсов, формирующего компетенции в сфере защиты и охраны интеллектуальной собственности как неотъемлемой части успешного предпринимательства в любой сфере профессиональной деятельности. Знания в сфере права интеллектуальной собственности позволяют знать, как создается и охраняется объект интеллектуальной собственности, какие преимущества дает владение инновационной информацией перед конкурентами, какие возможности для дальнейшего успешного развития бизнеса он предоставляет.			
Результаты обучения (компетенции)	После завершения этого курса, обучающиеся будут знать основные НПА национального и международного законодательства в сфере охраны и защиты интеллектуальной собственности в РК, уметь идентифицировать интеллектуальную собственность, заполнять документы для регистрации объектов интеллектуальной собственности, представлять интересы правообладателей при проведении досудебного расследования по уголовным делам и гражданским судебным искам, связанным с защитой объектов интеллектуальной собственности, использовать право владения интеллектуальной собственностью при ведении бизнеса. По окончании курса у студента формируются компетенции : способность применять знания правовой системы и законодательства РК в профессиональной деятельности.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: ELSB 2404 Этика и правовое сопровождение бизнеса Код дисциплины: BC 2207 Название дисциплины: Культура ведения бизнеса Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3 ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание	Данная дисциплина предназначена для подготовки специалистов, работающих в			

дисциплины	различных звеньях системы управления. В процессе изучения дисциплины студенты должны приобрести знания о видах деловых отношений в управлении и их характеристиках; типах моральной личности и пути разрешения конфликта с ней; речевых тактиках и их использовании в деловых отношениях; национальных стилях ведения переговоров, кросс-культурном анализе правил и традиций деловых отношений. К концу курса студенты научаются психологически эффективно осуществлять позиционирование своей личности в деловом дискурсе, выстраивать межличностные отношения, организовывать различные деловые мероприятия в виде совещаний, переговоров, конференций, презентаций.
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения студенты должны знать: - виды деловых отношений в управлении и их характеристики, - типы аморальной личности и пути разрешения конфликта с ней; - речевые тактики и их использовании в деловых отношениях; - национальные стили ведения переговоров, - кросс-культурный анализ правил и традиций деловых отношений. В результате изучения студенты должны уметь: - свободно ориентироваться в этических основах деловых отношений, как исторически сложившихся принципах; - реализовывать на практике современные концептуальные подходы к деловым переговорам; - применять различные тактики ведения переговоров, выстраивая убедительную аргументацию с учетом восприятия партнера. В результате изучения студенты должны владеть: навыками деловых отношений в целях обеспечения высокой конкурентной позиции своей организации, умелой адаптации в деловом мире. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение этическими и культурными нормами поведения; – создание и сопровождение собственного бизнеса.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: ELSB 2404 Этика и правовое сопровождение бизнеса Код дисциплины: BL 2209 Название дисциплины: Предпринимательское право Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2 ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Предпринимательское право регулирует общественные отношения, связанные с занятием предпринимательской деятельностью, его поддержкой и развитием в Республике Казахстан. Целью преподавания дисциплины является овладения студентами знаниями в области публичного и частного права, получение студентами знаний и практических навыков в сфере гражданского права, правового регулирования осуществления предпринимательской деятельности в Казахстане. Задачами изучения дисциплины являются ознакомление студентов с законодательством в сфере предпринимательства, субъектами			

	предпринимательских правоотношений, с формами предпринимательства, правоспособностью и видами юридических лиц, составлением сделок и заключением договоров, обязательственным правом. В ходе обучения дисциплине предполагается изучение студентами Гражданского Кодекса РК, законов и других нормативных актов, регулирующих предпринимательские отношения, коллизионных и иных норм международного частного права. В ходе преподавания курса студенты будут ознакомлены с наиболее актуальными проблемами теории и практики предпринимательского права, обязательственного права и права собственности лицензирования, стандартизации и сертификации.
Результаты обучения (компетенции)	Студент должен: – уметь применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, анализировать нормы действующего предпринимательского законодательства. – владеть основными принципами и нормами предпринимательского законодательства; – уметь анализировать и использовать на практике вопросы общественной организации бизнеса; <i>В научно-исследовательской деятельности студент способен:</i> – собирать, обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию в области маркетинга, судебную практику по трудовым и гражданским спорам и правую статистику. <i>В аналитической профессиональной деятельности студент должен:</i> – уметь анализировать и применять нормы предпринимательского права с учетом всех обстоятельств анализируемого трудовых правоотношения; <i>В области управленческой деятельности студент способен</i> на основе результатов обучения применять теоретические аспекты предпринимательского права и получить практические навыки в регулировании предпринимательских правоотношений в конкретных ситуациях и использовать их для принятия управленческих решений; Студент должен уметь строить профессиональную деятельность, руководствуясь принципами социальной ответственности и ориентируясь на действующее законодательство. По окончании курса у студента формируются компетенции: способность применять знания правовой системы и законодательства РК в профессиональной деятельности.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: ТЕА 3403 Инструменты экономического анализа Код дисциплины: ВА 3221 Название дисциплины: Бизнес анализ Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Бухгалтерский учет, Экономическая теория	Выпускная работа	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Успешное функционирование бизнеса требует не только предприимчивости, но также глубокого изучения и детальной оценки в целях выявления различных факторов перспективного развития предпринимательской			

	деятельности. Глубина и совершенство использования современной методики экономического анализа оказывает непосредственное влияние на результативность управленческих решений в бизнесе. Ценность управленческих решений на микроуровне определяется степенью достоверности и качеством учетно-аналитической информации. Принимая те или иные решения по улучшению деятельности организации, управленцы должны владеть информацией, которая может дать им полное и развернутое представление об использовании всех имеющихся ресурсов, включая как производственные (основные средства, материальные запасы, трудовые ресурсы), так и финансовые. Владея методикой бизнес-анализа, можно правильно ориентироваться в практике современного предпринимательства.
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения курса студент должен: - знать: специальные методы экономического анализа для того, чтобы правильно толковать хозяйственные и экономические процессы в производственном и коммерческом предпринимательстве; определять масштабы экономических исследований; - уметь: разрабатывать подробные описания хозяйственной ситуации; вырабатывать управленческие решения. - владеть: современными методами экономических исследований. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение ориентироваться в бизнес среде на основе исследовательского подхода, анализировать социально-экономические процессы.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: ТЕА 3403 Инструменты экономического анализа Код дисциплины: МА 3222 Название дисциплины: Маркетинговый анализ Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Менеджмент Маркетинг	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Понятие «маркетинговый анализ», значение маркетингового анализа в деятельности предприятий. Цели и задачи маркетингового анализа. Анализ маркетингового окружения. Анализ перспективы рынка и состояния рыночной среды. Анализ конкурентов и их стратегий. Анализ покупателей. Анализ существующего бизнеса. Анализ организации маркетинга. Анализ комплекса маркетинга. Аналитика в ритейле-структура, проблемы, пути развития. Конкурентная разведка как инструмент конкурентной борьбы. Информация в маркетинговых исследованиях. Планирование выборки. Общие методы проведения маркетинговых исследований. Классификация количественных и качественных исследований в маркетинге. Методы наблюдения. Организация экспериментов. Проведение опроса. Метод фокус-группы в маркетинге. Панельные исследования. Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать: методику проведения маркетингового анализа; специфику проведения отдельных видов маркетингового анализа;			

	- <i>уметь</i>: производить сбор, обработку и анализ различных видов информации; проводить конкретные мини-маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением отчета по нему; составлять концепции стратегического планирования маркетинговой деятельности; - <i>владеть навыками</i>: разработки и оптимизации моделей маркетингового анализа. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение принятия экономических и управленческих решений на принципах маркетинга; – навыки проведения маркетингового анализа деятельности хозяйствующих субъектов.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: FTB 3403 Финансовые инструменты для бизнеса Код дисциплины: BR 3223 Название дисциплины: Отчетность субъектов бизнеса Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Бухгалтерский учет	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Цель изучения курса «Отчетность субъектов бизнеса» - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по подготовке и предоставлению финансовой и налоговой отчетности, в соответствии с требованиями законодательства Республики Казахстан на период формирования и предоставления отчетности. Задачами курса являются: - изучение Концепции финансовой и налоговой отчетности и нормативного регулирования финансовой и налоговой отчетности в Казахстане; - приобретение студентами системы знаний об организации, методологии и техники формирования финансовой и налоговой отчетности; - организация информационной системы для широкого круга внутренних и внешних пользователей; - подготовка и представление информации, бухгалтерской отчетности, налоговой отчетности, удовлетворяющей требованиям различных пользователей (внутренних и внешних); - приобретение студентами практических навыков по формировании финансовой и налоговой отчетности.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения курса студент должен: - <i>знать</i> : - предмет, цель, задачи дисциплины «Отчетность субъектов бизнеса»; - основные термины и определения по курсу; - нормативные документы, входящие в систему нормативного регулирования бухгалтерской и налоговой отчетности; - базовые общепринятые принципы формирования отчетности и правила ее предоставления; - особенности формирования сводной и консолидированной отчетности. - <i>уметь</i> : - анализировать и критически осмысливать прочитанную экономическую литературу;			

	- решать на примере конкретных ситуаций вопросы, связанные с регистрацией, обобщением и интерпретацией учетной информации с целью последующего ее представления в бухгалтерских и налоговых отчетах; - правильно формировать и обобщать информацию с целью принятия управленческих решений и составления финансовой и налоговой отчетности в организации. - владеть: методами формирования сводной и консолидированной отчетности в организациях; - навыками представления заинтересованным пользователям информации нужной; - знаниями по международным стандартам финансовой отчетности и налогового законодательства. По окончании курса у студента формируются компетенции: – создание и сопровождение собственного бизнеса; – навыки ведения учета и отчетности, составления бюджетов и финансовых планов.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: FTB 3403 Финансовые инструменты для бизнеса Код дисциплины: BF 3224 Название дисциплины: Финансовое сопровождение бизнеса Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Финансы Эконометрика Макроэкономика	-	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Курс «Финансовое сопровождение бизнеса» является важной учебной дисциплиной в обучении экономистов всех специальностей. Данная дисциплина позволяет изучить финансовые механизмы в деятельности субъектов бизнеса, что позволит компетентно взаимодействовать с различными хозяйственными субъектами в процессе поиска источников финансирования проектов, определения оптимальной структуры вложений, взаимодействия с банковскими учреждениями в процессе получения банковского займа или выборе направлений вложений в финансовый сектор.			
Результаты обучения (компетенции)	После завершения этого курса обучающиеся будут иметь возможность применить свои знания для грамотного взаимодействия с различными финансовыми структурами благодаря полученным знаниям в части изучения: основных механизмов финансирования бизнеса, принципов взаимодействия с коммерческими банками в процессе ведения бизнеса, особенностей кредитного процесса, способов и форм обеспечения возврата банковских займов. Научатся применять основные методики исчисления налогов; получают навыки расчета ставок вознаграждения по банковским депозитам; получают навыки управления структурой капитала. По окончании курса у студента формируются компетенции : – создание и сопровождение собственного бизнеса; – навыки ведения учета и отчетности, составления бюджетов и финансовых планов.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: SU 4401 Стартап Код дисциплины: BP 4225 Название дисциплины: Бизнес-планирование Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Дисциплина «Бизнес планирование» включает в себя следующие основные разделы: Предмет, задачи и содержание курса. Модель бизнеса; Сущность и содержание бизнес – планирования; Методология и организация бизнес планирования; Методики составления бизнес плана; Бизнес-план как инструмент бизнес планирования; Маркетинговые исследования в бизнес планировании; Производственная программа и организационный план; Оценка риска в бизнес-плане; Финансовые аспекты бизнес-плана; Расчет точки безубыточности БП.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: иметь: - подготовку конкурентоспособного специалиста на рынке труда; - системные знания о классификации и особенностях различных типов бизнес проектов; - представление об основных бизнес процессах в организациях; - концептуальные основы стратегического планирования; - четкое представление о целях и задачах разрабатываемого бизнеса; - навыки последовательности разработки бизнес плана; - знания о типичных ошибках в бизнес – планировании; уметь: - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию и ее персонал; - находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - составлять характеристику маркетинговых мероприятий по изучению сегмента рынка и конкуренции; - оценить риск проекта бизнес – планирования; - моделировать бизнес-процессы; - рассчитывать финансовые показатели и оценивать экономическую эффективность бизнес-проекта. - разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); - оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; - управлять реализацией бизнес-плана в организации; владеть: - методами разработки бизнес плана; - методикой расчетов и обоснования экономической эффективности бизнес-проектов. По окончании курса у студента формируются компетенции: - умение ориентироваться в бизнес среде на основе исследовательского подхода, анализировать социально-экономические процессы;			

	– умение моделировать бизнес-процессы на основе рыночных инновационных технологий.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Предпринимательский модуль Шифр и название модуля: SU 4401 Стартап Код дисциплины: PM 4226 Название дисциплины: Управление проектами Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3 ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Закладывает первоначальные знания о проекте, проектной деятельности, постановке целей, приоритетности и конфликтности целей. Формирует умения по решению проблем, связанных с определением сроков, назначений, ресурсов и отчетности в условиях комплексных работ (проектов), первоначальные навыки по управлению элементами и процессами проекта, включающими в себя организационные изменения в компании (офис управления проектами), методологическую базу и информационную систему управления проектами			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент: - знает: понятие проекта и проектной деятельности; - умеет: определять сроки реализации проекта, делать назначения по проекту, распределять ресурсы и формировать отчетность, понимать риски, связанные с проектом; - способен: формулировать и ранжировать цели проекта при заранее известных ограничениях и целесообразном использовании возможностей, реагировании на риски. По окончании курса у студента формируются компетенции: – начальные управленческие навыки и возможность саморазвития; – умение моделировать бизнес-процессы на основе рыночных инновационных технологий.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: ЕММ 1205 Экономико-математический Код дисциплины: МЕ 1201 Название дисциплины: Математика в экономике Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 2 ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч.	100 балльная	Информационно-	Статистика	Рубежный контроль 1

Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	система оценки	коммуникационные технологии		– 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Изучение дисциплины направлено на освоения математического аппарата для моделирования, анализа и решения экономических задач на основе использования компьютерных технологий. Изучаемые темы: элементы линейной алгебры и аналитической геометрии, дифференциальные вычисления, математические модели и методы в экономике, основные понятия теории вероятностей и математической статистики			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать определения, теоремы, правила, математические методы и практику использования математического аппарата в экономике; - уметь анализировать экономические проблемы и находить пути их решения на основе использования математического аппарата; - владеть математикой для решения формализованных экономических задач. По окончании курса у студента формируются компетенции : владение современными информационными технологиями и ИКТ навыками - программное обеспечение.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: ЕММ 1205 Экономико-математический модуль Код дисциплины: ЕТ 1203 Название дисциплины: Экономическая теория Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 3; ECTS - 5	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки		Микроэкономика Макроэкономика	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Данный курс рассматривает и изучает фундаментальные основы функционирования экономики, эволюцию социально-экономического развития общества, закономерности индивидуального воспроизводства, воспроизводства на уровне национальной экономики, особенности функционирования мезоэкономики и мирового хозяйства. Изучаемые темы: предмет и методы изучения экономической теории, основы общественного воспроизводства, экономические системы, формы общественного хозяйства, отношение собственности и их роль в экономике, рынок как система экономических отношений, капитал: сущность и формы, предпринимательство, рынки труда и капитала, формирование факторных доходов, земельная рента и доход предпринимателя, национальная экономика как система, цикличность развития экономики, безработица и ее формы, инфляция и ее виды, денежно-кредитная и финансовая системы, экономический рост, мировая экономика.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> фундаментальные основы функционирования экономики, направления развития экономической науки, основные закономерности экономической жизни общества, способы решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов, закономерности индивидуального воспроизводства, воспроизводство на уровне национальной экономики;			

	- <i>уметь</i> использовать экономические модели для анализа экономической ситуации, прогнозирования и предвидения последствий государственной экономической политики, давать самостоятельную оценку развитию мировой и отечественной экономической мысли, разрабатывать альтернативные варианты хозяйственной политики собирать, обобщать и анализировать экономическую информацию; - <i>владеть навыками</i> анализа и трактовки объективных экономических законов, составления экономических моделей, экономического выбора и разработки методов рационального хозяйствования, разработки научных прогнозов и перспектив общественного развития. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение применять на практике методы научного познания экономических явлений и закономерностей.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: PK(R)L 2101 Профессиональный казахский (русский) язык Код дисциплины: PK(R)L 2201 Название дисциплины: Профессиональный казахский (русский) язык Преподаватель: Каршигаева А.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Казахский язык		Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	1. Деловой мир. Основы экономической терминологии. Способы словосочетания. 2. Экономические термины, их грамматическая характеристика. Образования экономических терминов. Состав слова. Корень слова и производные слова. 3. В презентации. Сведения о орфография. Соединений и ее виды. 4. Деловые встречи. Культура речи. Орфоэпия. Словарное богатство (языка). Понятие о служебные слова. 5. Этикет ведения переговоров. Слово целесообразности. Время глаголов. 6. Культура ведения сделки и его оформления. Деловые культуры в международном отношений. Очевидное прошедшее время. Давно прошедшее время 7. Лексика в зависимости от специальности. Презентация (фирмы) компании. На выставке отечественных товаров. 8. Устав фирмы и его оформление. Пунктуационных правил, связанных с заполнением документов. Собственное настоящее время. Переходное настоящее время. 9. На заседании Совета директоров (поздравления, поощрения, испытания, неудовлетворенности, этика выражение благодарности). Лексика связанные с проведением собрания, совещания, заседания. Будущее время цели. Предположительно будущее время . 10. Деловые встречи. Невербальные средства языкового общения. Порядок слов в предложениях. 11. Работа с профессиональными терминами. Значение и сфера применения терминов. Категория наклонения глагола 12. В налоговом комитете. Нормы литературного языка. Состав предложения и			

	виды сложных предложений. 13. В банке. Особенности стилистические нормы языка. Способы создания сложноподчиненное предложение. 14. В командировке. Доказательство идеи. Обоснованность слова. 15. Официально-деловой стиль.
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения данной дисциплины студент должен: - <i>знать</i> основные термины и понятия профессиональной деятельности на казахском языке; основные фонетические, грамматические, синтаксические категории казахского языка; - <i>уметь</i> ориентироваться в теоретических вопросах, касающихся проблем профессиональной деятельности человека; использовать основные формы фонетического, грамматического, синтаксического строя казахского языка при коммуникативной деятельности; определять языковые средства организации текста и использовать их при порождении собственных высказываний по теме; - <i>обладать компетенциями</i> в решении лингвистическими средствами реальные коммуникативные задачи в конкретных ситуациях профессиональной сферы; в оценке полученной информации, извлечении новой информации из текстов на казахском языке; - <i>владеть навыками</i> использования жанров устной речи: ведения профессиональной беседы; обмена информацией; ведения дискуссии; составления официальных писем и служебных записок; редактирования написанного текста. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: POFL 2102 Профессионально-ориентированный иностранный язык Код дисциплины: POFL 2202 Название дисциплины: Профессионально-ориентированный иностранный язык Преподаватель: Белякова А.В.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 2; ECTS - 3	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Уровень базовой достаточности (B1)	Английский язык II	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Module 1: Basic Terms. 1. Money and Income 2. Business Finance Module 2: Accounting. 1. Accounting 2. Bookkeeping 3. Company Law 4. Accounting Policies and Standards 5. Accounting assumptions and principles 6. Depreciation and amortization 7. Auditing			

	8. Balance Sheet 9. The other financial statements 10. Financial ratios 11. Cost accounting 12. Pricing Module 3: Banking 1. Personal banking 2. Commercial and retail banking 3. Financial institutions 4. Investment banking 5. Central banking 6. Interest rates 7. Money markets 8. Islamic banking 9. Money supply and control Module 3: Corporate Finance 1. Venture capital 2. Stocks and shares 3. Shareholders 4. Share prices 5. Bonds 6. Futures 7. Derivatives 8. Asset management 9. Hedge funds and structured products 10. Describing charts and graphs 11. Mergers and takeovers 12. Leveraged buyouts 13. Financial planning 14. Financial regulation and supervision Module 4: Economics and Trade 1. International trade 2. Exchange rates 3. Financing international trade 4. Incoterms 5. Insurance 6. The business cycle 7. Taxation 8. Business plans Module 5: Marketing 1. Researching of the market 2. Ideas launching 3. Creation 4. Producing 5. Advertisement 6. Start up
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен иметь знания, необходимые: - для реализации коммуникативного замысла; - для логико-структурной целостности; - для владения предметным содержанием речи; - для соответствия лингвокультурным нормам носителей языка; - для лингвистической корректности речи, владения метаязыком; - для овладения различными видами чтения оригинальных текстов (ознакомительным, просмотровым, изучающим) и навыками перевода; - для умения вести беседу на экономическую тематику. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими;

	языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: Міс 2203 Микроэкономика Код дисциплины: Міс 2204 Название дисциплины: Микроэкономика Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 2; ECTS - 3	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Экономическая теория	Макроэкономика	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Структура курса включает изучение теории поведения потребителя, теорию фирмы, теорию рынков факторов производства и проблемы ценообразования на них. Темы данного курса охватывают анализ рыночных структур: монополии, олигополии, монополистической конкуренции, совершенного конкурента, их особенности в сохранении выгодных позиций в конкурентной среде. Кроме того, рассматривается деятельность государства для устранения несовершенства рыночных отношений: инструменты регулирования внешних эффектов, меры по устранению ассиметричной информации, предложение общественных благ.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> методологию микроэкономического анализа, особенности рыночного механизма регулирования экономики, взаимосвязь спроса и предложения, теорию поведения потребителя, производства, поведения фирмы, особенности функционирования рынка труда, капитала, земли; - <i>уметь</i> применять методы микроэкономического анализа для анализа деятельности основных микроэкономических субъектов – фирм, предприятий, организаций, домохозяйств в целях выработки рекомендаций и планирования их деятельности; - <i>владеть навыками</i> микроэкономического анализа, прогнозирования и планирования. По окончании курса у студента формируются компетенции : навыки решения экономических задач графическим, табличным и аналитическим способами.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: Мас 2204 Макроэкономика Код дисциплины: Мас 2205 Название дисциплины: Макроэкономика Преподаватель: Береснева А.С.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 2; ECTS - 3	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч.	100 балльная	Экономическая		Рубежный контроль 1

Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	система оценки	теория		– 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Данный курс рассматривает: взаимосвязь основных макроэкономических агентов; совокупность макроэкономических показателей; модели макроэкономического равновесия: «AD-AS», «Кейсианский крест», «IS-LM»; причины и формы отклонений от равновесного состояния; влияние фискальной и монетарной политики на совокупный спроси совокупное предложение; воздействие сектора внешнего мира на экономический рост государства; особенности функционирования экономики в условиях закрытой и открытой экономики в краткосрочном и долгосрочном периодах.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> особенности построения макроэкономических моделей, разницу между принципами и инструментами основных концепций макроэкономической теории; - <i>уметь</i> описывать поведение экономических агентов с использованием категорий и моделей макроэкономики, объяснять взаимодействие экономических агентов на макроэкономических рынках; - <i>владеть навыками</i> решения макроэкономических задач графическим и аналитическим способами, сравнивать результативность макроэкономической политики в различных странах; аргументировать собственные взгляды на современные макроэкономические явления. По окончании курса у студента формируются компетенции : навыки решения экономических задач графическим, табличным и аналитическим способами.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: Mar 2205 Маркетинг Код дисциплины: Mar 2206 Название дисциплины: Маркетинг Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	нет	Маркетинговые исследования, Управление маркетингом	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Теоретические основы маркетинга. Маркетинговая среда. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Сегментация и выбор целевых рынков. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг. Товар в системе маркетинга и товарная политика. Ценовая политика в маркетинге. Продвижение товаров и услуг. Товародвижение и распределение в системе маркетинга. Стратегическое планирование и контроль маркетинга. Маркетинг услуг и в сфере некоммерческой деятельности. Международный маркетинг.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> основные термины, определения, понятия, категории, функции, принципы, методы, приемы, элементы комплекса маркетинга, основные концепции и направления маркетинговой деятельности, критерии сегментации и методы маркетинговых исследований, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику; - <i>уметь</i> анализировать маркетинговую среду фирмы, разрабатывать анкеты и			

	проводить опросы потребителей, сегментировать рынок по различным критериям, использовать товарные и ценовые стратегии, рассчитывать емкость и долю рынка, составлять маркетинговый и рекламный бюджет; - владеть навыками проведения презентации товаров и услуг, маркетинговых исследований, SWOT-, STEP-, GAP- и ABC-анализа, проведения рекламных и PR-акций, расчета эффективности рекламы, составления маркетингового плана. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение принятия экономических и управленческих решений на принципах маркетинга.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: Мар 2206 Менеджмент Код дисциплины: Мар 2209 Название дисциплины: Менеджмент Преподаватель: Букейханова Т.К.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Экономическая теория, Микроэкономика, Макроэкономика	Управление маркетингом, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Курс направлен на изучение исторических предпосылок развития управленческой теории; общих направлений эффективного управления организациями; важнейших принципов, функций и методов научного управления, их содержания и логических взаимосвязей между ними; элементов организации и процесса управления, сути и содержания связующих процессов; функций управления; групповой динамики, власти, влияния и стилей лидерства, управления конфликтной ситуацией, стрессами и изменениями в предпринимательской деятельности. Менеджмент рассматривается как особый вид управления, необходимый экономически самостоятельному звену производства в рыночной экономике и представляющий собой систему гибкого, предприимчивого экономического управления, способного четко реагировать на конъюнктуру рынка, условия конкурентной борьбы.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: знать: - суть управления, развитие взглядов на менеджмент и подходы к управлению; - роль и место менеджера в организации; - сущность управленческих решений и технологию их подготовки и принятия; - ответы на вопросы по связующим процессам, функциям управления, групповой динамике и лидерству; - современные методы управления изменениями; уметь: - определить систему целей организации, разработать стратегию и тактику их реализации; - выявлять и характеризовать факторы внутренней и внешней среды организации; - анализировать и проектировать организационную структуру; - разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений и выбирать оптимальные из них; - отобрать и применить стиль лидерства, обеспечивающий результативность и			

	эффективность организации; владеть навыками: постановки целей управления и разработки стратегических планов организации: анализа и выбора эффективных управленческих решений; применения методов и приемов работы, мобилизующих персонал на достижение личных и организационных целей; разработки и построения эффективных организационных структур; применения различных методов и стилей разрешения конфликтов. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение быть лидером, способность разрешать конфликтные ситуации; – начальные управленческие навыки и возможность саморазвития.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: Fin 2201 Финансы Код дисциплины: Fin 2208 Название дисциплины: Финансы Преподаватель: к.э.н. Шайхутдинова А.К. доцент Мусаханова Н.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2; ECTS - 3	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Изучение дисциплины направлено на усвоение теоретических и практических основ финансов на макро- и микроуровне. Изучаемые темы: основы финансов, организация и управление финансами, государственные финансы, налоги и налоговая система, внебюджетные фонды и их назначение, денежно-кредитная политика государства, Национальный банк республики Казахстан, финансовые рынки и посредники, банки второго уровня и парабанковские институты, страхование и страховой рынок, финансы хозяйствующих субъектов и источники их финансирования, доходы и расходы хозяйствующих субъектов, личные финансы в системе домашних хозяйств, государственные индикаторы уровня жизни населения.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность и функции финансов, их роль в воспроизводственном процессе, особенности функционирования финансовой системы, терминологию в области финансов, основы управления финансами в контексте финансовой, фискальной и монетарной политик, тренды развития финансового рынка и финансовых институтов; - <i>уметь</i> анализировать денежные потоки государства, хозяйствующих субъектов и финансовых институтов, принимать финансовые решения; - <i>владеть практическими навыками</i> управления финансами для принятия решений по формированию и использованию финансовых ресурсов на разных уровнях общественного устройства. По окончании курса у студента формируются компетенции: составления бюджетов и финансовых планов.			

Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: АА 2202 Бухгалтерский учет и аудит Код дисциплины: АА 2207 Название дисциплины: Бухгалтерский учет и аудит Преподаватель: к.э.н., профессор Олохтонова Э.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2; ECTS - 3	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки			Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Изучение дисциплины позволяет освоить основы бухгалтерского учета, навыки и технику его ведения в организациях в соответствии с действующими национальными и международными стандартами, нормативно-правовыми документами. Темы курса включают: бухгалтерский учет как информационная система, функции бухгалтерского учета, составление бухгалтерского баланса, формирование счетов и двойной записи, составление бухгалтерских проводок, формы и виды финансовой отчетности.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> цели, задачи, принципы бухгалтерского учета и приемы ведения учета в организациях; основы нормативного регулирования учета в РК; исторические аспекты, основополагающие концепции бухгалтерского учета; современные тенденции оценки субъектов бухгалтерского наблюдения; правовые нормативные акты, методику формирования учетных записей и формы документирования совершившихся фактов; - <i>уметь</i> правильно идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать на бухгалтерских счетах отдельные факты хозяйственной деятельности; определять в соответствии с экономическим содержанием их влияние на показатели финансовой отчетности; оформлять учетные записи в первичных документах и учетных регистрах; - <i>владеть навыками</i> ведения документооборота и составления финансовой отчетности (бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках). По окончании курса у студента формируются компетенции : навыки ведения учета и отчетности.			

Шифр и название специальности: 5B050700 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль специальности Шифр и название модуля: MR 3201 Маркетинговые исследования Код дисциплины: MR 3301 Название дисциплины: Маркетинговые исследования Преподаватель: Джумадилаева Ж. Б.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Маркетинг	Маркетинговый анализ, Управление маркетингом, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%

Содержание дисциплины	Сущность, содержание и организация маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Организация и этика маркетинговых исследований. Планирование маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Планирование выборки. Общие методы проведения маркетинговых исследований. Классификация количественных и качественных исследований в маркетинге. Методы наблюдения. Организация экспериментов. Проведение опроса. Метод фокус-группы в маркетинге. Панельные исследования. Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения дисциплины студенты должны: <i>Знать:</i> -методику 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-группа, анкета, механические устройства -принципиальные особенности и различия применяемых методов анализа при различных направлениях маркетинговых исследований: внешних и внутренних -специфику проведения отдельных видов маркетинговых исследований: конкуренции, конъюнктуры, емкости рынка, фирменной структуры рынка, компонентов комплекса маркетинга, внутренней среды функционирования предприятия. <i>Уметь:</i> -проводить телефонные, устные, письменные опросы; организовать проведение опроса на основе фокус-группы; -квалифицированно составлять анкеты по различным проблемам исследования; сценарии (гайды) для проведения фокус-группы; -производить сбор, обработку и анализ различных видов информации; -проводить конкретные мини-маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением отчета по нему. <i>Владеть навыками:</i> - разработки и оптимизации моделей маркетинговых исследований. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки проведения маркетинговых исследований для составления прогноза развития рынка с использованием современных методов и технологий.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательный модуль по специальности Шифр и название модуля: ММ 3201 Управление маркетингом Код дисциплины: ММ 3302 Название дисциплины: Управление маркетингом Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Менеджмент, Маркетинговые исследования	Международный маркетинг, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Сущность, цели и принципы управления маркетингом. Содержание и структура стратегического управления фирмой. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга фирмы. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом. Процесс управления маркетингом и маркетинговые структуры на предприятии. Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы. Анализ внешней			

	среды фирмы. Система управления конкурентоспособностью продукции. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Управление маркетингом на функциональном уровне. Продуктовая стратегия маркетинга на инструментальном уровне. Ценовые стратегии маркетинга на инструментальном уровне. Стратегия распределения на инструментальном уровне. Стратегии продвижения товаров на инструментальном уровне. Контроль, оценка и аудит маркетинга.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность, содержание и принципы управления маркетингом, значение функции управления маркетинговой деятельностью на предприятии, обобщенную структуру цикла управления маркетингом; основы организации процесса управления маркетингом; стратегию и тактику управления основными факторами комплекса маркетинга: товаром, ценой, распределением и продвижением; достоинства и недостатки организации служб маркетинга; специфику и сущностную взаимосвязь маркетингового планирования и контроля, а также основу их организации и реализации в практике функционирования фирм; - <i>уметь</i> разрабатывать и экономически обосновывать оперативные и стратегические маркетинговые планы в деятельности фирмы; организовать службу маркетинга на фирме как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех его структур; принимать согласованные, взвешенные решения в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики; контролировать маркетинговую деятельность и оценивать результативность маркетинговых усилий фирмы; - <i>владеть навыками</i> экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью предприятия; использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынков сбыта; успешного формирования портфеля заказов, повышения качественного и сервисного удовлетворения спроса населения. По окончании курса у студента формируются компетенции: – начальные управленческие навыки и возможность саморазвития; – навыки разработки и реализации планов и стратегий, направленных на развитие организации, осуществления действенного контроля.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: BM 2505 Поведенческий модуль Код дисциплины: СВ 2212 Название дисциплины: Поведение потребителей Преподаватель: Беккулиева Б.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг, Управление маркетингом	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Понятие и особенности поведения потребителя. Факторы, влияющие на поведение потребителя. Маркетинговые исследования поведения потребителей. Основные методы исследований потребителей. Использование результатов исследований при формировании спроса и управления поведением потребителя. Процесс принятия решения о покупке. Этап осознания потребности. Поиск			

	информации. Источники информации. Эффективность источников информации. Оценка вариантов. Модели оценки вариантов. Процесс покупки. Процесс потребления. Воздействие маркетинговых коммуникаций на поведение. Формирование мнений. Восприятие. Кросскультурное влияние. Влияние факторов маркетинговой среды на поведение.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> фундаментальные принципы поведения потребителей; маркетинговые стратегии для организаций, ориентированных на потребителей; процесс принятия решения потребителем; индивидуальные детерминанты поведения потребителей; влияние внешней среды на поведение потребителей, воздействие на потребителей различных инструментов маркетинга. - <i>уметь</i> определять внешние и внутренние факторы, влияющие на принятие решения о покупке; разделять процесс принятия решений на этапы; вызывать желаемую эмоциональную и психологическую реакцию потребителей; - <i>владеть</i> навыками общения и коммуникационными способностями; управленческими и лидерскими качествами; навыками аналитического мышления, убеждения потребителей. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение принятия экономических и управленческих решений на принципах маркетинга; – способность анализировать поведение потребителей товаров и услуг, определять факторы, формирующие покупательские предпочтения.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: BM 2505 Поведенческий модуль Код дисциплины: RM 2213 Название дисциплины: Маркетинг отношений Преподаватель: Ильяс А.И.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Банковский маркетинг, Промышленный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Понятие маркетинга отношений. Отношения «компания - сотрудник». Партнерские отношения внутри организации. Сущность управленческих отношений в организации. Управление жалобами. Переговорный процесс. Отношения «служащий - клиент». Партнерские отношения с клиентами. Экономика взаимоотношений. Анализ прибыльности покупателей. Отношения «компания - клиент». Потребительская лояльность: понятие, оценка, программы повышения. Процесс внедрения маркетинга отношений. Технология взаимоотношений. Менеджмент взаимоотношений. Партнерские отношения с поставщиками. Сотрудничество с внешними организациями.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: знать: основные понятия и категории маркетинга отношений; алгоритм построения системы реагирования на жалобы; этапы эффективного проведения переговоров; уметь: использовать принципы установления контакта с покупателем; приводить аргументы при проведении переговоров с клиентами; использовать основные			

	правила в преодолении возражений покупателей; владеть навыками: методиками подготовки к встрече с клиентом, партнерами; методами презентации компании. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение взаимодействовать с окружающими.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: СР 2505 Психология потребителей Код дисциплины: ТСВ 2211 Название дисциплины: Типология потребительского поведения Преподаватель: Ильяс А.И.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Управление маркетингом	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Влияние внешних условий на стиль потребления. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Содержательная основа поведения потребителей. Процессы принятия решений потребителями и факторы, его определяющие. Жизненный (организационный) стиль. Поддержание или улучшение жизненного (организационного) стиля. Процесс принятия решения потребителем. Этапы процесса принятия решения потребителем. Осознание потребителем наличия проблемы. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив покупки. Покупка. Использование покупки. Оценка решения. Освобождение. Приобретение как действие, ведущее к покупке. Поиск информации относительно особенностей продукта и выбора. Оценка альтернативных товаров или марок.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> основные закономерности функционирования современной экономики; содержание маркетинговой концепции управления; основы сегментирования; сущность теорий мотивации; особенности групповой динамики; специфику деловых коммуникаций; основные теории личности; особенности делового общения; общие закономерности процесса моделирования; сущность социальной стратификации. - <i>уметь</i> идентифицировать рынок продавца и рынок покупателя; формировать основные задачи маркетинговой концепции управления; выделять потребности в соответствии с теориями мотивации; ставить и решать задачи по эффективному групповому взаимодействию; выстраивать эффективные коммуникации с партнерами по деловому общению; выделять основные этапы моделирования; проводить типологизацию по принадлежности к социальному слою. - <i>владеть навыками</i> учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности; знанием основных этапов эволюции управленческой мысли; способностью использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач; способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций; способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций,			

	планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; способностью планировать операционную (производственную) деятельность организаций; способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение принятия экономических и управленческих решений на принципах маркетинга; – способность анализировать поведение потребителей товаров и услуг, определять факторы, формирующие покупательские предпочтения.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: СР 2505 Психология потребителей Код дисциплины: MNO 2214 Название дисциплины: Маркетинг в некоммерческих организациях Преподаватель: Ильяс А.И.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Маркетинг	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Сущность и содержание маркетинга в сфере некоммерческой деятельности. Маркетинг организации. Маркетинг отдельных лиц. Маркетинг мест. Маркетинг идей. Маркетинг в государственном управлении и обороне. Политический маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг в сфере образования. Маркетинг в религиозной деятельности. Маркетинг в области науки. Маркетинг в сфере искусства и культуры. Маркетинг в области спорта. Маркетинг в благотворительной деятельности. Фандрайзинг.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: знать: основные понятия и категории маркетинга в сфере некоммерческой деятельности; особенности некоммерческого маркетинга; цели и виды общественного маркетинга; формы некоммерческих организаций; уметь: использовать принципы и методы фандрайзинга; определять потребности потребителей услуг некоммерческих организаций; проводить маркетинговые исследования в сфере некоммерческой деятельности; владеть навыками: продвижения услуг некоммерческих организаций путем организации PR-мероприятий; налаживания контактов с покупателями и убеждения их в приобретении услуг некоммерческих организаций; привлечения денежных средств спонсоров на нужды организации. По окончании курса у студента формируются компетенции : – умение взаимодействовать с окружающими; – умение принятия экономических и управленческих решений на принципах маркетинга.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSL 3503 Маркетинг услуг и логистика Код дисциплины: MS 3216

	Название дисциплины: Маркетинг услуг Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100-балльная система оценки	Маркетинг	Банковский маркетинг, Маркетинг в индустрии гостеприимства	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Особенности услуги в концепции маркетинга. Маркетинговые инструменты сферы услуг. Информационное обеспечение маркетинга услуг. Анализ потребителей в сфере услуг. Товарная политика производителя услуг. Особенности ценовой политики в сфере услуг. Продвижение и сбыт в сфере услуг. Организация и управление маркетингом в сфере услуг. Маркетинг информационных услуг. Маркетинг консалтинговых услуг. Маркетинг финансовых услуг. Маркетинг транспортных услуг. Маркетинг арендных услуг. Маркетинг торгово-посреднических услуг. Маркетинг услуг туризма.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> современные направления развития маркетинга услуг и маркетинговый опыт; ведущих компаний, работающих как на зарубежных, так и на казахстанском рынках услуг; различия маркетинга услуг и маркетинга товаров; особенности комплекса маркетинга сферы услуг; концепцию "качества услуг" и подходы к его оценке в сфере услуг; тенденции использования маркетинга для повышения степени удовлетворенности потребителей; роль служащих и клиентов в процессе оказания услуги; специфические подходы к проектированию услуг; - представлять общую схему взаимодействия службы маркетинга с основными подразделениями и специалистами предприятия сферы услуг - <i>уметь</i> организовать маркетинговую деятельность на предприятии сферы услуг; планировать маркетинговые мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях; формировать приоритеты продуктовой политики компании, включая управление процессами; рассчитывать цены, обосновывать скидки и надбавки к цене; осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта; разрабатывать программы качественного обслуживания. - <i>владеть</i> навыками сбора первичной и вторичной информации, а также доведения информации до руководства компании; разработки функциональной маркетинговой стратегии на предприятиях сферы услуг. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге; – умение разрабатывать программы качественного обслуживания, реализовать услуги, организовать сервис на высоком уровне.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»			
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSL 3503 Маркетинг услуг и логистика Код дисциплины: ML 3217 Название дисциплины: Маркетинговая логистика Преподаватель: Полухина Е.А.		
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность

5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Промышленный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Роль маркетинга и логистики в организации и оптимизации потоковых процессов. Содержание логистики маркетинга. Совокупный рынок всех общественных ресурсов как товаров и механизм рынка. Механизм управления потоковыми процессами. Воздействие рынка на комплексное управление кадрами, техникой-технологией и организацией производства. Логистика снабжения как разновидность логистики маркетинга. Разделение информационных потоков на используемые в логистике снабжения и закупок в управлении этими областями хозяйственной деятельности фирмы. Взаимосвязь логистики транспорта с системой управления транспортным предприятием. Роль и место логистики маркетинга в политике распределения товаров фирмы. План распределения и структура элементов мероприятий по обеспечению сбыта. Аппарат распределения и выбор пути движения продукта на рынок. Выполнение поставок - отдача логистики маркетинга.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать роль маркетинга и логистики в организации и оптимизации потоковых процессов, содержание логистики маркетинга, механизм управления потоковыми процессами, роль и место логистики маркетинга в политике распределения товаров фирмы; - уметь анализировать логистические операции и издержки, использовать методы принятия логистических решений, проводить анализ деятельности поставщиков, разрабатывать оптимальные стратегии закупок; - владеть навыками планирования и осуществления мероприятий, направленных на реализацию логистических функций предприятия. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение организовать сбыт и товародвижение, владение техниками и методами эффективных продаж.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSGM 3503 Маркетинг в отраслях и товародвижение Код дисциплины: MSAA 3218 Название дисциплины: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Преподаватель: Торекулова У.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100-балльная система оценки	Маркетинг	Банковский маркетинг, Промышленный маркетинг, Маркетинг в торговле	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание	Особенности маркетинга в отраслевой сфере. Внешняя среда: определение,			

дисциплины	структура (макро и микро внешняя, их составляющие); принцип двойственности, роль и влияние отдельных факторов. Внутренняя среда: определение, структура и составляющие, оценка сильных и слабых сторон, возможностей и потенциала. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков Привлекательность рынка и уровень деловой активности. Основные принципы оценки привлекательности рынка и уровня деловой активности - понятия, сущность, методы оценки. Основные принципы и способы повышения конкурентоспособности и выживания предприятия (фирмы). Специфика жизненных циклов товаров и услуг в разных сферах деятельности. Маркетинг в промышленности. Маркетинг в агробизнесе. Маркетинг образовательных услуг. Маркетинг в страховом бизнесе. Маркетинг кадрового обеспечения.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> специфику маркетинга в процессе управления предприятиями различных отраслей промышленности и сфер деятельности. - <i>уметь</i> составлять планы товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики предприятий, анализировать маркетинговые стратегии управления маркетингом. - <i>владеть навыками применения функции</i> маркетинга в отраслях промышленности, маркетинг в сфере обращения и маркетинг услуг. По окончании курса у студента формируются компетенции : умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSGM 3503 Маркетинг в отраслях и товародвижение Код дисциплины: GMMS 3219 Название дисциплины: Товародвижение в системе маркетинга Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Трактовка современного понятия товародвижения в системе маркетинга. Принципиальные особенности и элементы товародвижения в системе маркетинга. Объективные предпосылки развития логистических функций в сфере товародвижения в системе маркетинга. Экономическое обеспечение управления товародвижением в системе маркетинга. Методы экономического стимулирования эффективной организации товародвижения. Экономические методы государственного регулирования. Организационное обеспечение логистического управления товародвижением в системе маркетинга. Развитие инфраструктуры товарных рынков, посредников, занятых оказанием услуг товародвижения. Организация хозяйственных связей по поставкам продукции. Взаимодействие складских предприятий посредников, транспортных терминалов и производственных складов. Тенденция развития оптово-торговых посреднических структур. Ориентация оптово-торговых посредников на транспортно-экспедиционное обслуживание.			

Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать особенности и элементы товародвижения в системе маркетинга, взаимосвязь товародвижения в системе маркетинга с внутрипроизводственной и транспортной логистикой, методы экономического стимулирования товародвижения; - уметь организовать хозяйственные связи по поставкам продукции, обеспечивать логистическое управление товародвижением в системе маркетинга, развивать инфраструктуру товарных рынков, посредников, занятых оказанием логистических услуг; - владеть навыками организации хозяйственных связей по поставкам продукции, управления процессом товародвижения в системе маркетинга. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение организовать сбыт и товародвижение, владение техниками и методами эффективных продаж.
--	--

Шифр и название специальности: 5B051100 - «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (1) 3504 Технологии продвижения 1 Код дисциплины: МС 3301 Название дисциплины: Маркетинговые коммуникации Преподаватель: к.т.н., доцент Беккулиева Б.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Маркетинг, Маркетинговые исследования	Международный маркетинг, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Теоретические основы и современные концепции маркетинговых коммуникаций. Целевые аудитории для маркетинговых коммуникаций. Каналы маркетинговых коммуникаций. Решения в системе продвижения-микс. Реклама: сущность и виды. Организация рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личные продажи. Маркетинг отношений. Новые коммуникационные технологии. Брендинг. Разработка бюджета продвижения. Маркетинговые коммуникации в отраслях.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность, цели, задачи и средства маркетинговых коммуникаций; историю развития маркетинговых коммуникаций; теоретические основы и основные требования коммуникационной практики; классификацию средств маркетинговых коммуникаций; современные рекламные технологии; интегрированные маркетинговые коммуникации; ATL-, BTL-акции, медиапланирование; - <i>уметь</i> составлять рекламное и PR-сообщение; планировать рекламную и PR-кампанию; анализировать коммуникационную деятельность конкурентов; выбирать средства распространения рекламной и PR-информации, методы и средства стимулирования сбыта, формы личной продажи; рассчитывать экономическую и психологическую эффективность рекламы, показатели GRP; составлять договор с рекламным агентством; - <i>владеть навыками</i>, методами проведения исследований на рынке рекламных услуг; формирования бюджета маркетинговых коммуникаций; проведения презентаций; проведения рекламных и PR-акций; составления медиаплана;			

	использования других средств МК (стимулирования сбыта, паблик рилейшнз); организации выставок, ярмарок. По окончании курса у студента формируются компетенции : навыки организации и проведения рекламных и PR-акций, персональных продаж, использования методов стимулирования сбыта и прямого маркетинга.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5В051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (1) 3504 Технологии продвижения 1 Код дисциплины: АА 3302 Название дисциплины: Рекламное искусство Преподаватель: Разакова Д.И.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг, Интернет-маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основные понятия рекламной деятельности. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Цели и общие требования к рекламе. Основные функции. Реклама и общество. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Виды рекламы. Средства распространения рекламы. Планирование рекламной кампании. История развития рекламы в мире и в Казахстане. Особенности современного этапа развития рекламы. Проблемы развития отечественного рынка рекламы. Мировой рынок рекламы. Рекламная аргументация. Язык рекламы. Креатив в рекламе. Художественный и компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы. Теория и практика фоторекламы. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Технологии производства рекламной продукции. Социологическое обеспечение рекламной кампании. Социальное влияние рекламы и ее эффективность. Психология восприятия рекламы. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения. Оценка эффективности рекламы.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> : законы, подзаконные акты, нормативные документы в области рекламы; систему современных эффективных действий при формировании и выработке рекламной стратегии; критерии корректной рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций; методы проведения рекламной кампании с точки зрения жизненного цикла товара; структуру, назначение и требования к специалистам в области рекламной деятельности; - <i>уметь</i> анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами при реализации маркетинговой деятельности вообще и товарной политике предприятия в частности; анализировать и формировать политику продвижения товаров и услуг; осуществлять оценку и экспертизу качества рекламы; оформлять документы для целей рекламной деятельности; проводить идентификацию и обнаруживать некорректные методы продвижения товаров и услуг; осуществлять связи с рекламодателями и рекламными агентствами; обеспечивать соблюдение правил и режимов рекламной кампании в соответствии с современными требованиями; - <i>владеть навыками</i> строить профессиональную деятельность, руководствуясь			

	принципами социальной ответственности и ориентируясь на современные тенденции развития маркетинга и маркетинговой деятельности. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки организации и проведения рекламных акций, персональных продаж, использования методов стимулирования сбыта и прямого маркетинга.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (1) 3504 Технологии продвижения 1 Код дисциплины: Bran 3303 Название дисциплины: Брендинг Преподаватель: Каирова А.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 4	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг, Управление маркетингом	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	История брендинга. Основные характеристики бренда. Отличительные особенности бренда: индивидуальность, технологии рождения, имя, дизайн и упаковка паковка. Виды и преимущества брендов. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Концепция и стратегии управления брендом. Модели разработки бренда. Концепция позиционирования бренда Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте и сегментирование рынка. Способы и методы оценки бренда. Стратегия продвижения на рынок торговой марки. Управление брендом в каналах товародвижения.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать: основные принципы создания брендов торгового предприятия; основы стратегического брендинга; методы создания корпоративного бренд-менеджмента; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации; - уметь применять навыки разработки и оптимизации брендинга как процесса; - владеть навыками самостоятельно проводить оценку бренда; на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия; разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; применять методы анализа бренда; внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации. По окончании курса у студента формируются компетенции : владение технологиями брендинга.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (2) 3504 Технологии продвижения 2 Код дисциплины: TPGS 3304 Название дисциплины: Технологии продвижения товаров и услуг Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный

	оценки			контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг, Интернет-маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основные средства маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламных средств. Организация рекламной деятельности. Социально-психологические основы рекламы. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Реклама в прессе, печатная и почтовая реклама. Планирование и контроль маркетинговых коммуникаций. Бюджет и эффективность маркетинговых коммуникаций. Выставки, ярмарки и рекламные сувениры. Паблик рилейшнз. Брендинг. Стимулирование сбыта. Личная продажа.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность, цели, задачи и средства маркетинговых коммуникаций; историю развития маркетинговых коммуникаций; теоретические основы и основные требования коммуникационной практики; классификацию средств маркетинговых коммуникаций; современные рекламные технологии; интегрированные маркетинговые коммуникации; ATL-, BTL-акции, медиапланирование; - <i>уметь</i> составлять рекламное и PR-сообщение; планировать рекламную и PR-кампанию; анализировать коммуникационную деятельность конкурентов; выбирать средства распространения рекламной и PR-информации, методы и средства стимулирования сбыта, формы личной продажи; рассчитывать экономическую и психологическую эффективность рекламы; рассчитывать показатели GRP, составлять договор с рекламным агентством; - <i>владеть навыками</i>, методами проведения исследований на рынке рекламных услуг; формирования бюджета маркетинговых коммуникаций; проведения презентаций; проведения рекламных и PR-акций; составления медиаплана; использования других средств маркетинговых коммуникаций (стимулирования сбыта, паблик рилейшнз); организации выставок, ярмарок. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки организации и проведения рекламных и PR-акций, персональных продаж, использования методов стимулирования сбыта и прямого маркетинга.			

Шифр и название специальности: 5В051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (2) 3504 Технология продвижения 2 Код дисциплины: TPPR 3305 Название дисциплины: Теория и практика PR Преподаватель: Джумадилаева Ж. Б.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 15 ак.ч, СРСП – 45 ак.ч	100 балльная система оценки	Маркетинг	Управление маркетингом, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Введение в специальность. PR: эволюция и концепции. Сущность и содержание PR. Социальные роли. Функционирование института PR в современном обществе.			

	Особенности становления института PR в Казахстане Коммуникативное пространство как сфера действия PR. Основные методы и технологии PR в современных маркетинговых коммуникациях. Понятие корпоративного имиджа, фирменного стиля. Этапы конструирования имиджа. Брендинг в системе конструирования корпоративного имиджа. PR-служба и фирма: структура и функции. Задачи подразделения в структуре предприятия. PR –коммуникации в условиях кризиса. Алгоритм построения PR-акции, PR-кампании. Имидж в структуре коммуникативного процесса. Имиджи власти и бизнеса. Предвыборные технологии. Имидж лидера. PR-реклама имиджа. Принципы эффективной работы деятельности служб PR в системе государственной власти. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью: СМИ как основной канал реализации PR–технологий. Виды рабочих мероприятий. Виды документов. PR–тексты для СМИ. PR-сопровождение социальных проектов. Спонсоринг и фандрайзинг. Интернет-технологии в PR. Деловые переговоры как форма PR-деятельности.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность и принципы. технологии PR–деятельности; взаимосвязи PR и других средств маркетинговых коммуникаций; основные этапы построения PR-кампании, их значения на предприятиях различных сфер деятельности; - <i>уметь</i> управлять общественным мнением; использовать основные методы и технологии PR воздействия на население; налаживать отношения со СМИ; формировать внешний и внутренний имидж фирмы; строить отношения организации с общественностью в кризисных ситуациях; - <i>владеть навыками</i> разработки решений в области связей с общественностью, интеграции возможностей конкретных технологий; PR-воздействия в единой комплексной программе маркетинговых коммуникаций; внедрения в практическую деятельность разработанных проектных PR-решений. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки организации и проведения рекламных и PR-акций, прямого маркетинга.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: РТ (2) 3504 Технологии продвижения 2 Код дисциплины: ТМ 3306 Название дисциплины: Управление торговыми марками Преподаватель: Джумадилдаева Ж.Б.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 3; ECTS - 4	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг, Стратегический маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Концепции управления торговыми марками. Написание портрета торговой марки: определение имиджа марки, разработка основывающиеся на марке модели поведения потребителей. Разработка стратегии управления торговыми марками: позиционирование торговой марки, расширение семейства торговой марки, коммуникации, использование марки как инструмента влияния в каналах распределения, ценообразование. Оценка нормы инвестиций в марку. Формирование культуры торговой марки.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> основы управления торговыми марками; - <i>уметь</i> сегментировать и позиционировать бренд;			

	- <i>владеть навыками</i> анализа бренда как маркетинговой, семиотической и коммуникативной категории и анализа методов процесса создания и управления торговой маркой. По окончании курса у студента формируются компетенции: владение технологиями брендинга.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (1) 3505 Маркетинг в сфере услуг 1 Код дисциплины: MHI 3307 Название дисциплины: Маркетинг в индустрии гостеприимства Преподаватель: Асанова Т.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг услуг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Понятие и составляющие индустрии гостеприимства. Понятие, роль и классификация видов туризма. Анализ конъюнктуры и емкости рынка гостиничных услуг. Специфика маркетинга индустрии гостеприимства. Маркетинговая среда индустрии гостеприимства. Особенности сегментирования и позиционирования предприятий индустрии гостеприимства. Построение отношений с гостями в клиентоориентированной компании. Маркетинговое планирование в индустрии гостеприимства. Ассортиментная политика в индустрии гостеприимства. Ценовая политика в индустрии гостеприимства. Коммуникационная политика в индустрии гостеприимства. Специфика маркетинга в гостиничном бизнесе. Особенности маркетинга в ресторанном бизнесе. Маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> особенности туристского рынка; виды маркетинга в туризме; принципы сегментирования и позиционирования на рынке туризма; маркетинг-микс в сфере туризма; особенности маркетинга гостиниц и ресторанов; способы позиционирования гостиниц и ресторанов на рынке; цели и задачи маркетинга гостиниц и ресторанов; специфику комплекса маркетинга гостиниц и ресторанов; - <i>уметь</i> применять маркетинговые методики для предприятий сферы туризма; консультировать руководителей разных уровней по вопросам организации управления персоналом; разрабатывать стратегию позиционирования; разрабатывать стратегию маркетинга в сфере туризма; применять методики маркетинговых исследований при оценке гостиничного рынка; разрабатывать план маркетинга гостиницы, грамотно и эффективно строить взаимоотношения с гостями; использовать методики сегментирования и позиционирования в гостиничном бизнесе; - <i>владеть</i> аналитического мышления, а также системного и ситуационного подходов при анализе маркетинговой деятельности предприятий туризма; применения методов и методик маркетинга с учетом специфики индустрии туризма; проводить комплексный анализ маркетинговой среды и рынка туризма; использования современных, научных принципов и методов маркетинга для оценки деятельности гостиниц, принятия организационно-			

	управленческих решений, использования инструментов маркетинга для организации деятельности предприятий средств размещения. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.
--	---

Шифр и название специальности: 5B051100 - «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (1) 3505 Маркетинг в сфере услуг 1 Код дисциплины: ТМ 3308 Название дисциплины: Трейд-маркетинг Преподаватель: старший преподаватель Каирова А.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	7 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Маркетинг	Выпускная квалификационная работа	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основы трейд-маркетинга. Организация трейд-маркетинга. Маркетинговый канал. Управление взаимоотношениями с потребителями. Процесс реализации трейд-маркетинговых программ. Инструменты трейд-маркетинга. Акции и ее виды. Формирование прайс-листа. Стратегии продаж. Лояльность в системе трейд-маркетинга.			
Результаты обучения (компетенции)	В процессе изучения дисциплины студенты должны: Знать: особенности трейд-маркетинговой деятельности, принципы формальной организации трейд-маркетинга, особенности методов управления продажами на рынках B2B и B2C. Уметь: формировать АКБ компании, анализировать и оценивать уровень эффективности использования торговых площадей, разрабатывать планыграммы, проводить мониторинг представленности товаров, разрабатывать модели мотивации для участников каналов сбыта, оценивать эффективность трейд-маркетинга. Владеть навыками: - умение готовить, организовывать и проводить торговые презентации; - умение вести переговоры в процессе продажи; - умение применять инструменты мерчендайзинга, планирования и координации работы торгового персонала; - умение анализировать рынок сбыта; - умение применять инструментарий ATL, TTL и BTL-маркетинга. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение разрабатывать программы качественного обслуживания, реализовать услуги, организовать сервис на высоком уровне; – владение технологиями мерчендайзинга, трейд-маркетинга.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (1) 3505 Маркетинг в сфере услуг 1 Код дисциплины: Mer 3309 Название дисциплины: Мерчендайзинг

Преподаватель: Беккулиева Б.М.				
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Определение мерчендайзинга. Эволюция мерчендайзинга. Функция мерчендайзера. Как ведет себя покупатель в магазине. Как правильно работать с поставщиком. Инструменты мерчендайзинга. Запас, расположение, представление - план действий. Использование пространства в торговом зале. Разделение товарных групп. Торговая точка с небольшой площадью. Расположение основных и дополнительных точек продажи. Правила построения дополнительных мест. Зоны отчуждения. Цели по ассортименту и полочному пространству. Сага о 6 сотках. Фэйсинг или сантиметр. Выкладка. Принципы и правила выкладки товаров. Виды выкладки товара. Контроль за выкладками. Факторы, влияющие на совершение покупки. Обслуживающий персонал. Декоративные композиции. POS-материалы как неотъемлемая часть мерчендайзинга. Традиционные заблуждения в мерчендайзинге. Правила мерчендайзинга. Выкладка в духе искусства или сила визуального мерчендайзинга. Абстракция и геометрия выкладки. Мерчендайзинг товара-новинки. Эффективный запас. Эффективное расположение. Эффективное представление. Маркетинг торговых каналов (Trade Channel Marketing). Эффективность маркетинговых стратегий продвижения марок и упаковок. Уровень сервиса компании для различных торговых каналов. Организация мерчендайзинга в компании. Создание системы оценки мерчендайзинговой активности. Денежная и неденежная мотивация мерчендайзеров. Мерчендайзинг в мире моды. Фанчайзинговые магазины. Мерчендайзинг спортивных магазинов. Правила и ошибки мерчендайзинга. Мерчендайзинг в аптеке. Мерчендайзинг малых форм. Большая распродажа.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> определения мерчендайзинга; стадии развития мерчендайзинга; инструменты мерчендайзинга; каким образом осуществляется мерчендайзинг товара-новинки; зачем осуществляется маркетинг торговых каналов с точки зрения мерчендайзинга; варианты организации мерчендайзинга в компании и систему оценки мерчендайзинговой активности; какие рекламные материалы используются, и в каких зонах точки продажи они размещаются; какую роль играет упаковка при продаже продукта; какую роль играет цвет, свет, запахи и звуки в торговой точке. - <i>уметь</i> комплексно использовать инструменты мерчендайзинга для повышения эффективности деятельности торговой точки; планировать расположение торгового оборудования в торговой точке; выявлять сильные и слабые места торгового зала; размещать товарные группы в торговом зале и выкладывать продукцию на полках; продвигать товары-новинки в местах продаж; разрабатывать и размещать рекламные материалы в местах продаж; использовать инструменты мерчендайзинга для создания атмосферы торговой точки (освещение, цветовые решения, запахи и т.д.); - <i>владеть навыками</i> определения и обоснования эффективного запаса и ассортимента в торговой точке; планировки торговой точки; размещения товара на полках в соответствии с наибольшей эффективностью (для торговой точки или для производителя); использования информационных материалов, освещения, цветовых сочетаний, запахов и звуков для привлечения внимания к товару.			

	По окончании курса у студента формируются компетенции : владение технологиями мерчендайзинга и трейд-маркетинга.
--	--

Шифр и название специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (2) 3505 Маркетинг в сфере услуг 2 Код дисциплины: MRT 3310 Название дисциплины: Маркетинговые исследования в туризме Преподаватель: Джумадидаева Ж.Б.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч Практические занятия – 15 ак.ч СРС – 75 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Маркетинг услуг, Маркетинговые исследования	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Сущность, содержание и организация маркетинговых исследований в туризме. Информационное обеспечение маркетинга туристского предприятия. Основные направления маркетинговых исследований. Организация и этика маркетинговых исследований. Планирование маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Исследование среды маркетинга туристского предприятия. Планирование выборки. Маркетинговые исследования туристского предприятия. Маркетинговые исследования конкурентов. Маркетинговые исследования потребителей. Исследование маркетинговых коммуникаций. Классификация количественных и качественных исследований в маркетинге. Методы наблюдения. Организация экспериментов. Проведение опроса. Метод фокус-группы в маркетинге туризма. Панельные исследования рынка туризма. Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате изучения дисциплины студенты должны: <i>Знать:</i> -методику 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-группа, анкета, механические устройства -принципиальные особенности и различия применяемых методов анализа при различных направлениях маркетинговых исследований: внешних и внутренних -специфику проведения отдельных видов маркетинговых исследований в туризме: конкуренции, конъюнктуры, емкости рынка, фирменной структуры рынка, компонентов комплекса маркетинга, внутренней среды функционирования предприятия. <i>Уметь:</i> -проводить телефонные, устные, письменные опросы; организовать проведение опроса на основе фокус-группы; -квалифицированно составлять анкеты по различным проблемам исследования; сценарии (гайды) для проведения фокус-группы; -производить сбор, обработку и анализ различных видов информации; -проводить конкретные мини-маркетинговые исследования по рынку туризма. <i>Владеть навыками:</i> - разработки и оптимизации моделей маркетинговых исследований в туризме. Навыки проведения маркетинговых исследований для составления прогноза развития рынка с использованием современных методов и технологий			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (2) 3505 Маркетинг в сфере услуг 2 Код дисциплины: SM 3311 Название дисциплины: Управление продажами Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Планирование маркетинга	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Сущность понятия «управление продажами»; цели, задачи и функции управления продажами. Роль управления продажами в распределении товаров и услуг; тенденции в развитии управления продажами. Типы предприятий розничной и оптовой торговли (по объему предоставляемых услуг, по ассортименту предлагаемых товаров, по относительному уровню цен). Организация розничной торговли; маркетинговые решения розничного и оптового торговца (выбор целевого рынка и позиционирование на нем, выбор ассортимента товаров и комплекса услуг, выбор цены, методов продвижения, места расположения). Новые формы управления продажами. Рост значения технологий в области продажи. Маркетинговые решения менеджера по продажам. Антикризисные актуальные решения в области продажи.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля магистрант должен: - <i>знать</i> : организацию, планирование и проведение управления отношениями с покупателями (CRM); взаимоотношения, существующие в стратегическом планировании на уровнях компании, маркетинга и продавцов; процесс личных продаж; - <i>уметь</i> : консультировать руководителей разных уровней по вопросам проведения личных продаж; работать с коллективом, учитывая разнообразие торгового персонала; применять системы электронной коммуникации и компьютерные технологии; оказывать методическую помощь руководителям подразделений по всем вопросам, связанным с проведением отбора и найма торговых представителей; организовывать здоровые и безопасные условия труда для подчиненных исполнителей; - <i>владеть навыками</i> : аналитического мышления, а также системного и ситуационного подходов при проведении личных продаж; компьютерной технологии сбора, обработки и хранения информации и использования современных информационных технологий; чтения профессиональных отчетов торговых представителей; подготовки и проведения презентаций по решению проблемы, связанной с результатами продаж. По окончании курса у студента формируются компетенции : – умение разрабатывать программы качественного обслуживания, реализовать услуги, организовать сервис на высоком уровне; – умение организовать сбыт и товародвижение, владение техниками и методами эффективных продаж.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: MSS (2) 3505 Маркетинг в сфере услуг 2

	Код дисциплины: AS 3312 Название дисциплины: Искусство продажи Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Сущность и виды системы продажи. Цели, задачи и функции технологии и искусства продажи. Взвешенные решения в области каналов сбыта и стратегии коммуникаций. Тенденции в развитии искусства продажи. Организация розничной и оптовой торговли. Маркетинговые решения продавцов (выбор целевого рынка и позиционирование на нем, выбор ассортимента товаров и комплекса услуг, выбор цены, методов продвижения, места расположения). Новые формы искусства продажи. Рост значения технологий в системе продажи, установления контакта с клиентами, восприятия психологии клиента и решения конфликтных проблем.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность и виды продаж; цели, задачи и функции управления продажами; основные подходы к эффективным продажам, этапы процесса продаж, техники постановки вопросов при анализе потребностей клиента; - <i>уметь</i> принимать маркетинговые решения по продажам; применять эффективные методы продаж; планировать и оптимизировать торговый ассортимент; рассчитывать и выбирать оптимальные цены и места сбыта; определять торговый оборот; - <i>владеть навыками</i> управленческих решений в области проведения торговых операций; разработки стратегии продаж; решений в области применения эффективного мерчандайзинга; проведения рекламных акций в местах продажи. По окончании курса у студента формируются компетенции : – умение разрабатывать программы качественного обслуживания, реализовать услуги, организовать сервис на высоком уровне; – умение организовать сбыт и товародвижение, владение техниками и методами эффективных продаж.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: МІ (1) 4502 Маркетинг по отраслям 1 Код дисциплины: ВМ 4227 Название дисциплины: Банковский маркетинг Преподаватель: Дадабаева Д.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Маркетинг услуг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%

Содержание дисциплины	Теоретические основы банковского маркетинга. Процесс управления маркетингом в банке. Анализ рыночных возможностей банка. Процесс маркетинговых исследований банка. Особенности сегментации рынка банковских услуг. Политика банковского продукта. Ценовая политика банка. Организация сбыта банковских услуг. Система маркетинговых коммуникаций банка. Коммуникационная политика банка. Планирование и контроль маркетинга в банке. Стратегии развития банка. Организационные стратегии развития банка. Маркетинговый аудит в банке.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> основы банковского маркетинга; систему маркетинговых мероприятий в банковской сфере; сущность и принципы маркетингового исследования в банке; методы анализа конкурентов; - <i>уметь</i> анализировать факторы, формирующие внешнюю среду функционирования банков; выявлять факторы рыночной среды, воздействующие на банковскую стратегию; разрабатывать, формировать, планировать ассортимент банковской продукции; проводить сегментацию с целью расширения круга клиентов; - <i>владеть навыками</i> проведения маркетингового исследования; проведения сегментации; разработки стратегического плана маркетинга в банке. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге; – умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: МІ (1) 4502 Маркетинг по отраслям 1 Код дисциплины: ІМ 4228 Название дисциплины: Промышленный маркетинг Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч. СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Понятие и особенности промышленного маркетинга. Организации-потребители как субъекты маркетинга. Виды и характер товаров производственного назначения. Исследование рынков товаров производственного назначения. Сегментация рынка товаров производственного назначения. Выбор поставщиков средств производства. Основные стратегии в промышленном маркетинге. Планирование производства товаров производственного назначения. Цены и ценовые стратегии на товары производственного назначения. Сбытовая политика в промышленном маркетинге. Организация сбыта товаров производственного назначения. Оптовая торговля средствами производства. Стратегия коммуникации в промышленном маркетинге.			
Результаты обучения	В результате освоения модуля студент должен:			

(компетенции)	- <i>знать</i> сущность, содержание и принципы управления промышленным маркетингом, значение функции управления маркетинговой деятельностью на предприятии, основы организации процесса управления маркетингом; стратегию и тактику управления основными факторами комплекса маркетинга: товаром ценой, распределением и продвижением; достоинства и недостатки организации служб маркетинга: функциональной, товарной(продуктовой), региональной и сегментной (рыночной) направленности; специфику и сущностную взаимосвязь маркетингового планирования и контроля, а также основу их организации и реализации в практике функционирования фирм; - <i>уметь</i> разрабатывать и экономически обосновывать оперативные и стратегические маркетинговые планы в деятельности фирмы; организовывать службу маркетинга на фирме как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех структур; принимать согласованные, взвешенные решения в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики предприятия; контролировать маркетинговую деятельность и оценивать результативность маркетинговых усилий фирмы; ориентироваться в современных информационных потоках и адаптироваться к динамично меняющимся явлениям и процессам в мировой экономике. строить профессиональную деятельность, руководствуясь принципам социальной ответственности и ориентируясь на законодательство и нормативную базу в сфере маркетинговой деятельности промышленных предприятий; - <i>владеть навыками</i> организационно-управленческой работы; методологий маркетинговых исследований на промышленном рынке; современных методов сбора, обработки и анализа маркетинговой информации (первичных и вторичных данных); современной методики построения эконометрических маркетинговых моделей; применения методов и приемов анализа экономических явлений и процессов в промышленном маркетинге; современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих маркетинговые процессы и явления на промышленном рынке. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге; – умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.
----------------------	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: МІ (2) 4502 Маркетинг по отраслям 2 Код дисциплины: МFІ 4229 Название дисциплины: Маркетинг в финансовых организациях Преподаватель: к.э.н., доцент Дадабаева Д.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Маркетинг услуг	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%

Содержание дисциплины	Структура рынка финансовых услуг. Виды финансовых организаций: банки, страховые, инвестиционные, брокерские, управляющие компании. Финансовые продукты и услуги, существующие на рынке: депозитные вклады, потребительские и ипотечные кредиты, пластиковые карточки, страховые продукты, брокерское обслуживание, доверительное управление, паевые инвестиционные фонды (ПИФы). Мировые тенденции развития финансовой сферы. Необходимость маркетинга в финансовой сфере и его особенности. Сущность маркетинговой деятельности, основные категории и принципы. Основные функции, цели и задачи маркетинга в финансовой компании. Выявление рыночных возможностей с точки зрения оптимизации бизнеса компании. Концепция финансового супермаркета и способы её воплощения в жизнь. Стратегическое планирование. Составление годового маркетингового плана. Клиентоориентированная маркетинговая политика и формирование лояльной клиентской базы. Организация коммуникации с клиентами.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля магистрант должен: <i>Знать:</i> структуру финансового рынка. Методы анализа финансового рынка. Основы финансового маркетинга. Особенности комплекса маркетинга в финансовых предприятиях. <i>Уметь:</i> уметь разрабатывать план маркетинговых действий. Организовывать маркетинговые исследования. Сегментировать рынок; заниматься позиционированием и продвижением финансовых продуктов. <i>Овладеть навыками:</i> применения современных методик анализа продуктового портфеля компании, методик проектирования финансовых продуктов и услуг, методик оценки эффективности продуктового портфеля банка. Оценки удовлетворенности и лояльности клиентов, организации мониторинга качества обслуживания в финансовой компании. По окончании курса у студента формируются компетенции: умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: М1 (2) 4502 Маркетинг по отраслям 2 Код дисциплины: MB2B 4230 Название дисциплины: Маркетинг B2B Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч. СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Маркетинг B2B: сущность, особенности. Основные характеристики рынков товаров производственного назначения. Специфика маркетинговой деятельности на рынках B2B. Структура рынка продукции производственного назначения (ППН), его участники. Основные характеристики спроса. Цели, основные направления исследований на рынке B2B. Способы изучения рынка. Формирование бюджета коммуникации. Контроль, методы определения эффективности коммуникации. Назначение плана маркетинга, связь с другими элементами политики фирмы. Структура плана маркетинга. Содержание основных разделов. Виды контроля: контроль рентабельности, текущий			

	контроль, аудиторский контроль. Последовательность проведения. Контрольные сведения. Ревизия среды. Особенности Интернет-маркетинга на рынке B2B.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> модели покупательского поведения на B2B рынках; теоретические основы сегментирования деловых рынков и позиционирования товаров и услуг, самой компании; особенности разработки комплекса маркетинга и его составляющих (товарной, сбытовой, ценовой и коммуникативной политик и соответствующих стратегий); способы и источники финансирования и инвестирования в маркетинг и управления рентабельностью вложений в маркетинг B2B; - <i>уметь</i> анализировать, планировать и осуществлять закупочную деятельность на B2B рынках; изучать и проводить маркетинговые исследования рынков товаров и услуг, образцов покупательского поведения; проводить сегментирование B2B рынков и позиционирование товаров и деловых услуг, а также самой компании; осуществлять таргетирование рынков; разрабатывать комплекс маркетинга, товарную, сбытовую, ценовую и коммуникационную политики для промышленных предприятий, а также соответствующие стратегии и адекватные им механизмы реализации; оценивать эффективность затрат на маркетинг. - <i>владеть навыками</i> организации закупочной деятельности; методами и инструментами маркетинговых исследований, сегментирования и позиционирования на B2B рынках; способами и методами разработки комплекса маркетинга, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационных стратегий и программ, а также методами и инструментами построения бюджета маркетинга и оценки эффективности расходов на маркетинговую деятельность и инвестиций в маркетинг. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге; – умение организовать маркетинговую деятельность фирмы с учетом отраслевой специфики.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: ISM 4505 Международный и стратегический маркетинг Код дисциплины: ИМ 4313 Название дисциплины: Международный маркетинг Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Маркетинговые коммуникации	Выпускная квалификационная работа	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Концептуальные основы международного маркетинга. Современные субъекты международного маркетинга. Среда международного маркетинга. Сегментация и выбор целевых международных рынков. Международные			

	маркетинговые исследования. Международные маркетинговые стратегии. Методы и способы выхода фирмы на зарубежные рынки. Международная товарная политика. Ценовая политика в международном маркетинге. Сбытовая политика на международных рынках. Международные средства коммуникации. Управление международным маркетингом.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать основные термины, определения, понятия, категории, функции, принципы, методы, приемы, элементы комплекса международного маркетинга, основные концепции и направления международной маркетинговой деятельности, критерии сегментации и методы международных маркетинговых исследований, товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику; - уметь анализировать зарубежную маркетинговую среду фирмы, разрабатывать анкеты и проводить опросы зарубежных потребителей, сегментировать международный рынок по различным критериям, использовать международные товарные и ценовые стратегии, рассчитывать емкость и долю рынка, составлять маркетинговый и рекламный бюджет; - владеть навыками проведения презентации товаров и услуг, международных маркетинговых исследований, SWOT-, STEP-, GAP- и ABC-анализа, проведения международных рекламных и PR-акций, расчета эффективности международной рекламы, составления маркетингового плана международной фирмы. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге; – владение навыками проведения международных деловых операций и реализации международных маркетинговых стратегий.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: ISM 4505 Международный и стратегический маркетинг Код дисциплины: SM 4314 Название дисциплины: Стратегический маркетинг Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Управление маркетингом	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Теоретические основы и концепция стратегического маркетинга. Анализ потребностей и покупательское поведение. Стратегическая сегментация рынка и позиционирование товара. Анализ привлекательности рынка. Анализ конкурентоспособности фирмы. Выбор стратегии маркетинга. Стратегические решения по товару. Стратегия ценообразования. Стратегические решения по каналам сбыта. Стратегии маркетинговой коммуникации. Стратегическое планирование маркетинга.			
Результаты обучения	В результате освоения модуля студент должен:			

(компетенции)	- <i>знать</i> стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения; анализ, оценку и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); систему планирования рекламной деятельности, создание и управление брендами; прогрессивные направления развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной); - <i>уметь</i> анализировать и оценивать эффективность инновационных бизнес-проектов организации (предприятия); анализировать состояние и динамику показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований; - <i>владеть навыками</i> организации и управления бизнес-планированием; организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг, анализом и оценкой бизнес-среды организации (предприятия); проектирования, разработки и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); проектирования и разработки бренд-технологий; исследования, моделирования и оценки бизнес-технологий; прогнозирования потребностей и оценка степени их удовлетворенности. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки разработки и реализации планов и стратегий, направленных на развитие организации, осуществления действенного контроля.
----------------------	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: ИВМС 4505 Международный бизнес и управление конкурентоспособностью Код дисциплины: ИВ 4315 Название дисциплины: Международный бизнес Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	нет	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Экономические основы международного бизнеса. Государственное воздействие на международную торговлю. Организация внешнеторговых операций. Цены и расчеты в международной торговле. Международный технологический обмен. Зарубежные инвестиции как форма движения капитала. Концептуальные основы функционирования многонациональных компаний. Стратегический и тактический планы деятельности международных фирм. Валютный рынок как сфера функционирования международного бизнеса. Финансовые рынки для международных операций. Оффшорные фирмы в международном бизнесе.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> понятийно-категориальный аппарат, т.е. все основные термины, определения, понятия, функции, принципы, методы, приемы, структуру и теории международного бизнеса; основные направления и инструменты государственного воздействия на внешнюю торговлю, международные торговые организации, внешнеторговую документацию, международную торговлю услугами; операции на			

	валютном и финансовом рынках; принципы оффшорного бизнеса; - <i>уметь</i> анализировать практическую ситуацию (проблему) и принимать оптимальные решения; анализировать мировую торговлю и внешнюю торговлю Казахстана; выбирать и применять рациональные формы расчетов и платежей по внешнеторговым операциям; проводить переговоры с торговыми партнерами; осуществлять экономико-математическое моделирование торговых процессов; - <i>владеть навыками</i> определения сальдо торгового баланса и внешнеторгового оборота; расчета величины таможенных пошлин; определения таможенных платежей; заполнения грузовой таможенной декларации; составления экспортно-импортных контрактов; определения оптимальных цен экспортных товаров в соответствии с базисными условиями поставок Инкотермс-2017. По окончании курса у студента формируются компетенции: владение навыками проведения международных деловых операций и реализации международных маркетинговых стратегий.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: ІВМС 4505 Международный бизнес и управление конкурентоспособностью Код дисциплины: ММС 4316 Название дисциплины: Маркетинговое управление конкурентоспособностью Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСРП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Управление маркетингом	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Особенности маркетингового управления конкурентоспособностью. Конкурентные стратегии по Дж.Трауту и Э.Райсу: оборонительная, фланговая и партизанская война. Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру: стратегия лидера и претендента на лидера, позиционная оборона, защита флангов, упреждающие оборонительные действия, контратака, мобильная защита, вынужденное сокращение. Конкурентные стратегии по Кеничи Омае (Kenichi Ohmae) - модель 3К (The3C's Model): клиент, конкурент и компания. 4. Конкурентные стратегии по М.Портеру: стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации и концентрации. Стратегия голубого океана (В. Чан Ким, Р. Моборн). Стратегия красного океана. Переход от красного к голубому океану. Понятие бренда и брендинга. Этапы формирования бренда и их характеристика. Выбор бренд-стратегии и ее особенности. Оценка выбора бренда и программы его развития. Планирование бренд-стратегии как фактор повышения конкурентоспособности компании. Влияние брендинга на конкурентоспособность компании.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: - <i>знать</i>: специфику маркетингового управления конкурентоспособностью товара; виды конкурентных стратегий; зоны конкурентоспособности; - <i>уметь</i>: анализировать показатели конкурентоспособности с применением инструментов маркетинга; управлять конкурентоспособностью с помощью маркетинговых инструментов; - <i>владеть навыками</i>: использования практического инструментария для маркетингового управления конкурентоспособностью; применения методик оценки конкурентоспособности.			

	По окончании курса у студента формируются компетенции : умение использовать в маркетинговом планировании технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний с оценкой конкурентоспособности/бенчмаркингом продуктов и конкурентов.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: RTM (1) 4501 Ресурсы и инструменты маркетинга 1 Код дисциплины: PM 4317 Название дисциплины: Планирование маркетинга Преподаватель: Кренгауз И.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
8	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Маркетинг	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Планирование маркетинга: сущность, необходимость, основные понятия. Различия прогноза и плана. Выбор целевого рынка. Метод Дельфи. Морфологический анализ. Метод синектики. Модели покупательского поведения. Стратегическое планирование. Методы экспертных оценок. Принцип Парето. Анализ исходных данных при планировании маркетинга. Информация как отправная точка маркетингового планирования. Организация планирования. Определение задач при маркетинговом планировании фирмы. Характер задач планирования. Комплексные цели маркетингового планирования. Промежуточные задачи, решаемые при планировании маркетинга. Классификация факторов, влияющих на выбор маркетинговых средств. Составление бюджета маркетинга при маркетинговом планировании.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - знать основные понятия планирования маркетинга, различия между прогнозом и планом, комплексные цели маркетингового планирования, принципы выбора целевого рынка, модели покупательского поведения, классификацию факторов, влияющих на выбор маркетинговых средств; - уметь проводить анализ исходных данных при планировании маркетинга, выявлять характер задач планирования, ставить промежуточные задачи, решаемые при планировании маркетинга; - владеть навыками определения задачи при маркетинговом планировании фирмы, организации планирования, составление бюджета маркетинга при маркетинговом планировании. По окончании курса у студента формируются компетенции : навыки разработки и реализации планов и стратегий, направленных на развитие организации, осуществления действенного контроля.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: RTM (1) 4501 Ресурсы и инструменты маркетинга 1 Код дисциплины: IM 4318 Название дисциплины: Интернет-маркетинг Преподаватель: Джумадилаева Ж.Б.

Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
8	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	ИКТ, Маркетинг	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	История и структура сети Интернет. Влияние интернета на пользователя. Эволюция концепций маркетинга. Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг: сходство и различия. Сущность интернет-маркетинга. Интернет как предмет и средство маркетинга. Принципы интернет-маркетинга. Поддержание деловых связей. Изучение рынка. Методы исследования размера и состава аудитории Интернет. Принципы выстраивания коммуникации с целевой группой. Web-promotion: реклама в сети Интернет. Понятие партизанского маркетинга в рекламе. Вирусный маркетинг. Социальные сети как рекламная площадка. Сущность и значение интернет-брендинга. Организация интернет-магазина.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> : историю и структуру сети Интернет, принципы влияния интернета на пользователя, сущность интернет-маркетинга, принципы ведения интернет-маркетинга; - <i>уметь</i> : формировать и поддерживать деловые связи, изучать рынки, выстраивать коммуникации с целевой группой, - <i>владеть навыками</i> : партизанского маркетинга, SEO-оптимизации, копирайтинга, оптимизации юзабилити сайта, организации интернет-магазина. По окончании курса у студента формируются компетенции : владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: RTM (2) 4501 Ресурсы и инструменты маркетинга 2 Код дисциплины: Соп 4319 Название дисциплины: Контроллинг маркетинга Преподаватель: Конырбеков М.Ж.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
8	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 75 ак. час. СРСП – 15 ак. час.	100 балльная система оценки	Маркетинг, Управление маркетингом	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основные концепции стратегического и оперативного контроллинга маркетинга. Стратегическое планирование и контроль: анализ стратегического портфеля (продукт- рынок); методическая и информационная поддержка менеджмента при выборе и обосновании идей нового продукта; координация стратегических планов. Задачи оперативного контроллинга маркетинга. Формирование и контроль ценовой политики: планирование цены и изменения цен отдельных			

	продуктов или их групп для существующей программы сбыта; планирование мероприятий по дифференцированию цен для различных групп клиентов. Формирование и контроль сбытовой политики: анализ оборота, издержек и маржинальной прибыли по прямым и косвенным каналам сбыта; подготовка информации относительно количества продаж и оборота по менеджерам, отвечающим за продажи; анализ и оценка выгодности клиентов и продуктов относительно получения маржинальной прибыли; анализ и оценка эффективности запланированных мероприятий по сбыту; экономическое консультирование менеджеров подразделения маркетинга. Формирование и контроль коммуникационной политики: анализ динамики собственных коммуникационных издержек; анализ распределения коммуникационных издержек на плановые единицы (продукты, подразделения, сегменты рынка и т.п.); сравнительный анализ динамики коммуникационных издержек в отрасли и по конкурентам; проведение анализа при выборе рекламных агентств по критерию отдача/затраты; проведение сравнительных расчетов затрат для альтернативных мероприятий по стимулированию продаж.
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен: - <i>знать</i>: концепцию контроллинга маркетинга, включающую планирование, учет и контроль результатов маркетингового мероприятия; основы стратегического контроллинга маркетинга, который включает в себя стратегическое планирование и контроль; основы оперативного контроллинга маркетинга, который предусматривает ряд решений в областях формирования и контроля: ценовой политики, сбытовой политики, коммуникационной политики; - <i>уметь</i>: обосновывать необходимость и сущность контроллинга маркетинга на предприятии; проводить анализ стратегического портфеля (продукт-рынок) в организации; оказывать методическую и информационную поддержку менеджмента при выборе и обосновании идей нового продукта; координировать и контролировать стратегические и оперативные планы компании с использованием инструментов контроллинга маркетинга; - <i>владеть навыками</i>: базовых умений в области контроллинга маркетинга; умений оценивать информацию, сформированную в условиях неопределенности или риска; навыков анализа информационных потоков и идентификации потребностей в их реорганизации для решения ключевых задач контроллинга маркетинга; навыков получения, обработки, систематизации и использования аналитической информации в контроллинге маркетинга; навыков использования информационных технологий в процессе планирования и контроля в маркетинге; наличия способностей оказывать влияние и убеждать, аргументированно излагая понимание производственных проблем. По окончании курса у студента формируются компетенции: навыки разработки и реализации планов и стратегий, направленных на развитие организации, осуществления действенного контроля.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Модуль по специальности Шифр и название модуля: RTM (2) 4501 Ресурсы и инструменты маркетинга 2 Код дисциплины: ЕМ 4320 Название дисциплины: Электронный маркетинг Преподаватель: Джумадилаева Ж.Б.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
8	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр (15 недель)	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 30 ак.ч. Практич. занятия –	100 балльная система оценки	ИКТ, Маркетинг	нет	Рубежный контроль 1 – 30%

15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.				Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Электронный и традиционный маркетинг: сходство и различия. Методы продвижения в интернете бренда, товаров и услуг компаний. Поисковая оптимизация сайта. Поисковое продвижение, внутренняя оптимизация сайта и внешняя оптимизация (SEO). Контекстная и баннерная реклама. Реклама в социальных сетях. Мобильный маркетинг. Виды электронной коммерции. Электронное движение капитала. Электронная торговля. Преимущества и недостатки электронной коммерции.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i>: сходство и различия электронного и традиционного маркетинга, методы продвижения бренда в сети интернет, методы поисковой оптимизации сайта; - <i>уметь</i>: проводить поисковое продвижение, внутреннюю и внешнюю оптимизацию (SEO) сайта; - <i>владеть навыками</i>: создания контекстной рекламы, обмена баннерами, осуществления мобильного маркетинга, организации электронной торговли. По окончании курса у студента формируются компетенции: – владение современными информационными технологиями и ИКТ навыками: программное обеспечение, Web-design, E-commerce, Digital-маркетинг, Internet of Things, Big Data – владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в Интернет маркетинге.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL 1606 Английский язык Код дисциплины: EL (I) 1203 Название дисциплины: Английский язык - I Преподаватель: Беякова А.В.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 2; ECTS - 3	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Иностранный язык	Английский язык - II	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Business English Module 1 Management Management Work and motivation Company structure Recruitment Module 2 Logistics Introduction to logistics Modes of transport; Planning and arrangement transport. Warehousing and storage			

	Documentation and finance Module 3 Marketing Products Marketing Advertising Market research Digital Marketing International customer communications The marketing plan Module 4 Finance Banking Venture capital Bonus Stocks and shares Derivatives Module 5 Economics Government and taxation The business cycle Corporate and responsibility Efficiency and employment International trade Accounting and financial statements Market structure and competition Takeovers
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: понимать сложную информацию на темы личной, общественной, учебной или профессиональной областей жизни, отмечать выделяемые положения в аргументации и в общем плане понимать имплицитные, равно как и открыто заявляемые положения в текстах и прямых сообщениях; пользоваться языком бегло, грамматически корректно и эффективно в разговоре на личные, общие и профессиональные темы, отмечая связь высказываемых положений, общаться без заметного сдерживания при попытке выразить себя, выделять личную значимость событий, выражать свою позицию корректно, с помощью предоставления соответствующих объяснений; продуцировать четкий, системно развитый текст с адекватным выделением значимых положений, необходимых деталей, развивая свои идеи и положения. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL(S) 1606 Иностранный язык (второй) -1 Код дисциплины: FL(S) (I) 1202 Название дисциплины: Иностранный язык (второй) - 1 Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	RK – 2 ECTS - 3	Иностранный язык	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 15 ак.ч. Практич. занятия –	100 балльная система	нет	Иностранный язык (второй) II	Рубежный контроль 1 – 30%

15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	оценки			Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Цели модуля - переориентировать студентов в психологическом плане на понимание иностранного языка как внешнего источника информации и иноязычного средства коммуникации, на усвоение и использование иностранного языка для выражения собственных высказываний и понимания других людей; подготовить студентов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент: знает: - основные способы работы над языковым и речевым материалом; - теоретические механизмы деятельности мировой банковской системы, ее функции и воздействие на развитие мировой экономики; экономические основы, закономерности развития международного банковского дела; умеет: - рассказывать о своем окружении, рассуждать в рамках изученной тематики и проблематики; представлять социокультурный портрет своей страны и страны/стран; - использовать знания и навыки в своей профессиональной и социальной деятельности; анализировать сущность основных явлений и назревших проблем в сфере управления финансово-кредитной сферы; способен: - писать личное письмо, заполнять анкету, письменно излагать сведения о себе в форме, принятой в стране/странах изучаемого языка, - делать выписки из иноязычного текста, - использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни; - осуществлять международные банковские операции; определять направления развития банковской системы Казахстана и ее роли в мировой банковской системе; использовать знания в рамках дисциплины для анализа развития мировой банковской системы и банковских систем отдельных стран; оценивать эффективность деятельности, а также риски в международной деятельности коммерческих и инвестиционных банков. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL 2603 Английский язык Код дисциплины: EL (II) 2206 Название дисциплины: Английский язык - II Преподаватель: Токтабаева Г.Р.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 5	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч,	100 балльная система оценки	Английский язык - I	Английский язык - III	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30%

СРСП – 15 ак.ч.				Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Unit 1. Brands. Grammar: Present simple and present continuous. Vocabulary: Words that go with <i>brand</i> and <i>product</i>. Reading: Outsourcing production – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with a brand consultant. Speaking: Talk about your favourite brands. Discuss two authentic product promotions. Skills: Taking part in meetings 1. Unit 2. Travel. Grammar: Talking about the future. Vocabulary: British and American travel words. Reading: Air rage – <i>Guardian</i>. Listening: A business traveller's priorities. Speaking: Talk about your travel experiences. Skills: Making arrangements on the telephone. Unit 3. Organisation. Grammar: Noun combinations. Vocabulary: Words and expressions to describe company structure. Reading: A successful organisation – <i>Fast Company</i>. Listening: An interview with the partner of a management consultancy. Speaking: Rank status symbols in order of importance. Skills: Socialising: introductions and networking. Unit 4. Change. Grammar: Past simple and present perfect. Vocabulary: Words for describing change. Reading: Change in retailing – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with a business transformation director. Speaking: Discuss attitudes to change in general and at work. Rank stressful situations. Skills: Taking part in meetings 2. Unit 5. Money. Grammar: Describing trends. Vocabulary: Financial terms. Reading: Reporting financial success – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with the founder of a finance firm. Speaking: Discuss attitudes to money. Skills: Dealing with figures. Unit 6. Advertising. Grammar: Articles: <i>a, an, the</i>, zero article. Vocabulary: Words and expressions for talking about advertising. Reading: Successful advertising – <i>The Guardians</i>. Listening: An interview with the head of planning at an advertising agency. Speaking: Discuss authentic advertisements. Discuss good and bad advertising practices. Skills: Starting presentations. Unit 7. Cultures. Grammar: Modals of advice, obligation and necessity. Vocabulary: Idioms for talking about business relationships. Reading: Cultural advice for doing business across cultures. Listening: An interview with a trainer in cultural awareness. Speaking: Discuss the importance of cultural awareness in business. Skills: Social English.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения студент должен: - <i>знать</i> иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и общения на профессиональном уровне; деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода иноязычных текстов общей и грамматической направленности; основные грамматические структуры литературного и разговорного языка профессиональной сферы общения; - <i>уметь</i> использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; свободно и адекватно выражать свои мысли при беседе и понимать речь собеседника на иностранном языке; вести письменное общение на иностранном языке, составлять деловые письма; делать сообщение на базе научных статей и документов, публикуемых в специализированных сборниках; давать оценку текущим экономическим событиям; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения профессиональной компетентности; - <i>владеть навыками</i> выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке; различными навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке; навыками работы с нормативным материалом на английском языке. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: FL(S) 2603 Иностранный язык (второй) Код дисциплины: FL(S) (II) 2232 Название дисциплины: Иностранный язык (второй) - II Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практич. занятия – 45 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Иностранный язык (второй) - I	Иностранный язык (второй) - III	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Цели модуля - переориентировать студентов в психологическом плане на понимание иностранного языка как внешнего источника информации и иноязычного средства коммуникации, на усвоение и использование иностранного языка для выражения собственных высказываний и понимания других людей; подготовить студентов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения.			
Результаты обучения (компетенции)	После изучения курса студент должен <i>уметь</i> : -писать личное письмо, заполнять анкету, письменно излагать сведения о себе в форме, принятой в стране/странах изучаемого языка, - делать выписки из иноязычного текста, - использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни. По окончании курса у студента формируются компетенции : – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL 3606 Английский язык Код дисциплины: EL (III) 3215 Название дисциплины: Английский язык - III Преподаватель: Токтабаева Г.Р.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Английский язык - II	Английский язык - IV	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Unit 1. Employment. Grammar: Indirect questions and statements. Vocabulary: Words to describe the recruitment process and personal character. Reading: Retaining good staff – <i>Financial Times</i> . Listening: An interview with an executive search consultant. Speaking: Choose the most important qualities for getting a job. Skills: Managing			

	meetings. Unit 2. Trade. Grammar: Conditions. Vocabulary: Words for talking about international trade. Reading: Fair trade – <i>The Guardian</i>. Listening: An interview with an expert on negotiating. Speaking: Discuss ideas about globalisation. Skills: Negotiating. Unit 3. Quality. Grammar: Gerunds and infinitives. Vocabulary: Words for talking about quality control and customer service. Reading: Old-fashioned quality – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with the Senior Vice President of a prestigious hotel chain. Speaking: Discuss ideas of quality. Skills: Complaining on the telephone. Unit 4. Ethics. Grammar: Narrative tenses. Vocabulary: Words to do with <i>honesty</i> or <i>dishonesty</i>. Reading: Responsible business – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with a bank executive. Speaking: Discuss questions of ethics at work. Rank a list of unethical activities Skills: Problem-solving. Unit 5. Leadership. Grammar: Relative clauses. Vocabulary: Words to describe character. Reading: The founder of Ikea – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with an expert in leadership training. Speaking: Discuss the qualities of good leadership. Skills: Decision-making. Unit 6. Innovation. Grammar: Passives. Vocabulary: Words and expressions to describe innovations. Reading: Innovation at Procter and Gamble – <i>Fortune Magazine</i>. Listening: An interview with an expert on presentations. Speaking: Talk about innovations in your daily life and in the twentieth century. Skills: Presentation techniques. Unit 7. Competition. Grammar: Modals of probability. Vocabulary: Idioms from sport to describe competition. Reading: Losing competitive edge – <i>Financial Times</i>. Listening: An interview with the Marketing Manager of a credit card business. Speaking: Do a quiz on how competitive you are. Skills: Negotiating.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> наиболее употребительные лексико-грамматические средства в коммуникативных ситуациях; словообразовательные модели, контекстуальные значения многозначных слов, лексические конструкции подъязыка; наиболее частотные специфические грамматические явления; круг проблем в области экономических отношений на иностранном языке; роль экономических явлений, процессов, финансовых институтов и систем в обществе и свободно изложить это знание на иностранном языке; теоретические проблемы исследования в области экономики и свободно их изложить на иностранном языке; основные экономические понятия и термины на иностранном языке. - <i>уметь</i> вести беседу на профессиональные темы; пользоваться справочной литературой; участвовать в групповых проектах, что поможет использовать навыки проведения исследований и презентаций; свободно оперировать общественно-экономической терминологией на иностранном языке, предусмотренной тематическим содержанием курса; применять основные понятия, категории, принципы теоретических подходов в системе экономики на иностранном языке; самостоятельно искать материал по экономической литературе на иностранном языке для анализа общественных и экономических явлений, процессов, институтов и организаций в стране и мире; обсуждать актуальные общественно-политические и экономические проблемы на иностранном языке; анализировать современные тенденции и изменения в экономической системе. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими;

– языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.

Шифр и название специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL (S) 3606 Иностранный язык (второй) Код дисциплины: FL(S) (III) 3233 Название дисциплины: Иностранный язык (второй) - III Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 90	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практические занятия – 30 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Иностранный язык (второй) - II	Иностранный язык (второй) - IV	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	По данной программе предусматривается формирование умений иноязычного общения в социокультурной и профессионально-деловой сферах на пороговом уровне. При этом осуществляется максимально возможное приобщение студентов к соответствующей культуре и таким образом расширение их кругозора, что соответствует общеобразовательной цели обучения иностранному языку, и приобщение к мировым знаниям в конкретной профессиональной области, что способствует (в определенной степени) совершенствованию профессиональной компетенции будущих специалистов. Предлагаемые темы: Rules of Marketing, Product and service, Brands, Logistics and merchandising, Logos and materials, Budget and price, Buzz marketing, Media recourses etc.			
Результаты обучения (компетенции)	В рамках данной программы предполагается овладение студентами основными умениями во всех видах речевой деятельности на пороговом уровне. При этом предусматривается разное количество умений для формирования конкретных видов речевой деятельности: наибольшее для разных видов чтения и говорения в монологической и диалогической формах, наименьшее - для аудирования и письма. Чтение: умения понимать информацию при чтении учебной, справочной, 8 профессионально-ориентированной литературы в соответствии с конкретной целью (ознакомительное чтение, изучающее, просмотровое, поисковое). Говорение: умения передавать на иностранном языке сообщения в форме монологического высказывания (в рамках указанной тематики) и обмениваться информацией в процессе диалогического общения (в соответствии с целями, задачами и условиями речевого взаимодействия, а также в связи с содержанием прочитанного/прослушанного текста), осуществляя при этом определенные коммуникативные намерения в рамках речевого этикета (знакомство, представление, установление и поддержание контакта, запрос и сообщение информации, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/несогласия с мнением собеседника/автора, завершение беседы и др.). Аудирование: умения воспринимать на слух информацию при непосредственном и дистантном (слушании аудиотекстов, разговоре по телефону, общении с носителями языка в рамках указанных сфер и тематики общения и др.) Письмо: умения передавать на иностранном языке и корректно оформлять информацию в соответствии с целями, задачами общения и с учетом адресата (фиксация информации, полученной при чтении в форме рабочих записей,			

	плана; написание делового письма, резюме для приема на работу, заявления, заявки; заполнение формуляров, анкет; написание личного письма и открытки и др.), осуществляя при этом определенные коммуникативные намерения (запрос сведений/ данных, информирование, предложение, побуждение к действию, выражение просьбы, согласия/несогласия, отказа, извинения, благодарности и др.). По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: EL 3606 Английский язык Код дисциплины: EL (IV) 3220 Название дисциплины: Английский язык - IV Преподаватель: Токтабаева Г.Р.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 45 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Английский язык - III	Английский язык (сертифицированный курс)	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Модуль 1. Economics and Business Theme 1: Bases of Economics Grammar: Parts of Speech – General Overview. Essential vocabulary. Reading: Basics of Economics. Listening: Applying for a job. Speaking: Economy and economics. Theme 2: Economic integration and trade Grammar: Singular and Plural Nouns. Essential vocabulary. Reading: Economic interdependence and international trade. Speaking: Job and production Theme 3: Business and enterprise Grammar: English Adjectives – Basic Terms. Essential Vocabulary. Listening: Finding out about company profile. Reading and speaking: Types of businesses. Discussion: Partnerships and corporations. Theme 4. Economic integration and business Grammar: English Verbs– Basic Terms. Essential vocabulary. Reading and speaking: Corporate combinations in the USA. Модуль 2. Marketing Theme 5. Costs, advertisement. Grammar: The Verb “to be”. Negative sentences and Question Formation. Essential vocabulary. Listening: Pricing strategy and costing. Reading and speaking: Goals of advertising. Theme 6. Advancement of commodities and logistics Grammar: The Irregular verbs in English. Essential Vocabulary. Listening and speaking: Running an advertising campaign. Reading: Advertising media. Theme 7. Distribution and types of outlets			

	Grammar: The Verb Tenses in English. Essential Vocabulary. Listening and speaking: Discussing a promotional campaign. Reading and speaking: Distribution and sales. Модуль 3. Finance, Money, Banks Theme 8. Types of financial operations Grammar: Present Tenses – The Present Simple Tense. Essential Vocabulary. Reading and speaking: Types of financial operations. Theme 9. Types of banks Grammar: The Present Progressive Tense. Essential vocabulary. Reading and speaking: Types of banks and their functions. Theme 10. Banking system Grammar: Past Tenses: The Past Simple Tense. Essential vocabulary. Reading and speaking: Commercial banks. Speaking: Interview with a bank manager. Theme 11. Taxation Grammar: The Past Progressive Tense. Essential vocabulary. Reading: What are taxes? Speaking: Taxation in Russia. Модуль 4. World Monetary System Theme 12. Foreign exchange markets. Grammar: Sentence Structure – Basic Clause Structure. Essential vocabulary. Reading and speaking: Trading in the foreign exchange market. Theme 13. International Trade Policy. International monetary fund Grammar: Sentence Structure – Phrases. Essential vocabulary. Reading and speaking: IMF means International Monetary Fund. Theme 14. European Monetary Policy. Grammar: Sentence Structure – Clauses. Essential vocabulary. Reading and speaking: The functions of money. Listening: The history of American money and banking. Theme 15. World Trade Organization. International Terms of Trade Grammar: Sentence Structure – Sentence Types. Vocabulary: International terms of trade. Reading: World Trade Organizations.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>уметь</i> оперировать понятиями на английском языке: экономика, финансовые операции, акции и облигации, банковская система, мировая валютная система, платежный баланс, иностранные инвестиции; сопоставлять научные концепции, давать оценку текущим экономическим событиям в мире, делать сообщение на базе научных статей и документов, публикуемых в специализированных сборниках; выражать свою позицию корректно, с помощью предоставления соответствующих объяснений; - <i>владеть</i> навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке; различными навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке; навыками работы с нормативным материалом на английском языке. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.

Шифр и название специальности: 5B051100 - Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: FL(S) 3606 Иностранный язык (второй)

	Код дисциплины: FL(S) (IV) 3234 Название дисциплины: Иностранный язык (второй) – IV Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практические занятия – 30 ак.ч СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Иностранный язык (второй) – III	Второй иностранный язык (сертифицированный курс)	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Овладение нормами профессионального английского языка в сфере маркетинга, особенностями функционирования дискурса по предмету, принципами межкультурной коммуникации в данной сфере, профессиональной терминологией по специальности «Маркетинг» с целью формирования профессиональной инокультурной идентичности, позволяющей вести профессиональную коммуникацию на изучаемом языке. -формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для практического владения английским языком для решения социально-коммуникативных и профессиональных задач. В процессе изучения данной дисциплины студент осваивает следующие компетенции: - Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь - Способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы Задачи учебной дисциплины Знать: -знать профессиональную лексику на английском языке; - знать основные особенности стиля, характерные для профессиональной коммуникации; - знать лексико-грамматические средства профессионального английского языка в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения в профессиональной сфере; - знать английский язык в объеме, необходимом для осуществления коммуникации на профессиональном уровне и для получения информации профессионального содержания из зарубежных источников; - знать основные правила и приемы построения профессиональных текстов; - знать основные особенности межкультурной профессиональной коммуникации. Предлагаемые темы: Market research, International customer communications, New product development (NDP), and branding, Product Launch and promotion, Digital marketing, etc.			
Результаты обучения (компетенции)	- уметь применять терминологию по специальности в профессиональном общении на английском языке; - уметь использовать профессиональный английский язык в межличностном общении; - уметь анализировать оригинальную литературу в профессиональной деятельности; - уметь использовать знания профессионального английского языка для перевода литературы в области практической деятельности; - уметь пользоваться правилами речевого этикета, составлять деловые письма на английском языке. - владеть профессиональным английским языком в объеме, необходимом для			

	диалогической и монологической речи и письма в сфере профессиональной коммуникации; - владеть навыками как письменного, так и устного аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на профессиональном английском языке; - владеть навыками ведения переговоров, дискуссий, публичных выступлений на профессиональном английском языке. умения осуществлять письменный перевод как средство закрепления языкового (лексико-грамматического) материала с иностранного языка на родной и с родного на иностранный; умения использовать перевод как средство контроля понимания аудио- и графических текстов. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: Е(СС) 4607 Английский язык (сертифицированный курс) Код дисциплины: Е(СС) 4231 Название дисциплины: Английский язык (сертифицированный курс) Преподаватель: Белякова А.В., Бадамбаева В.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Английский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции – 0 ак.ч. Практич. занятия – 45 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Английский язык - IV	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	- History (Wight spots of History) - Art (Unreal Reality) - Environment (The world that we live in) - Food (The first Instincts) - Sport (Style of Life) - Family (The main relationship) - Science (Curiosity is the step to progress) - Gender (The war or corporation) - Psychology (The will of happiness and harmony) - Communication (Who is more sociable: people or IT) - Policy (Control of the world) - Economics (We all are involved in economics) - Medicine (The aspiration to live forever) - Law (Crime and Punishment) - Media (The creator of our thinking) - Grammar: - Parts of Speech - Sentences - Idioms			
Результаты обучения	В результате освоения модуля студент должен: - <i>уметь</i> разбираться и оперировать грамматическими единицами; понимать			

(компетенции)	главные идеи сложных текстов как конкретного, так и абстрактного содержания, включая профессиональное обсуждение в сфере своей специализации; общаться с определенной степенью свободы с неподготовленной речью так, чтобы при постоянном общении с носителями языка не создавать напряженности с обеих сторон; объяснить свою точку зрения по основной теме, указывая на достоинства и недостатки обсуждаемых вариантов; - <i>владеть навыками</i> прослушивания на любые академические темы; иметь опыт тестирования каждые 2 недели. По окончании курса у студента формируются компетенции: – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.
----------------------	---

Шифр и название специальности: 5B051100 - Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительный модуль Шифр и название модуля: SFL(CC) 4607 Второй иностранный язык (сертифицированный курс) Код дисциплины: SFL(CC) 4235 Название дисциплины: Второй иностранный язык (сертифицированный курс) Преподаватель:			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
7	RK – 3; ECTS - 5	Русский	1 семестр	
Кол-во часов 135	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Практические занятия – 45 ак.ч CPC – 75 ак.ч, CPCП – 15 ак.ч	100 балльная система оценки	Иностранный язык (второй) - IV	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Цели курса - переориентировать студентов в психологическом плане на понимание иностранного языка как внешнего источника информации и иноязычного средства коммуникации, на усвоение и использование иностранного языка для выражения собственных высказываний и понимания других людей; подготовить студентов к естественной коммуникации в устной и письменной формах иноязычного общения			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: Уметь: - разбираться и оперировать грамматическими единицами - понять главные идеи сложных текстов как конкретного, так и абстрактного содержания, включая профессиональное обсуждение в сфере своей специализации; - общаться с определенной степенью свободы с неподготовленной речью так, чтобы при постоянном общении с носителями языка не создавать напряженности с обеих сторон; - объяснить свою точку зрения по основной теме, указывая на достоинства и недостатки обсуждаемых вариантов. Владеть навыками прослушивания на любые академические темы. Иметь опыт тестирования каждые 2 недели. По окончании курса у студента формируются компетенции : – умение взаимодействовать с окружающими; – языковые навыки и способность адаптации в иноязычной среде.			