

**«ТУРАН» УНИВЕРСИТЕТИ»
МЕКЕМЕСІ**



**УЧРЕЖДЕНИЕ
«УНИВЕРСИТЕТ «ТУРАН»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утвержден
на заседании УМС
учреждения «Университет «Туран»
Протокол № ____ от « ____ » _____ 2017 г.

Проректор по УМР
_____ Абдиев К.С.

КАТАЛОГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

по специальности «Маркетинг»

2017 год набора

Обсужден и рекомендован на заседании Учебно-методического бюро
Экономического факультета, протокол № ____ « ____ » _____ 2017 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 № ____ « ____ » _____ 2017 г.

Заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика» _____ Давлетова М.Т.
(подпись)

Согласован
Руководитель отдела учебно-методической работы _____ Сулейменова Н.О.
(подпись)

Оглавление

2 Модули по специальности	3
2.1 Обязательные модули по специальности (БД и ПД по ТУПл)	3
2.2 Элективные модули по специальности (БД и ПД)	3
3 Дополнительные модули по выбору (ПД)	5
Содержание модулей (дисциплин)	8

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	5B051100 Маркетинг
Профессионально-ориентированный иностранный язык	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Иностранный язык	5B051100 Маркетинг
Микроэкономика	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Без пререквизитов	5B051100 Маркетинг
Финансы	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Без пререквизитов	5B051100 Маркетинг
Маркетинг	БД ОК	бакалавр	3	4	3	Без пререквизитов	5B051100 Маркетинг
Менеджмент	БД ОК	бакалавр	2	3	3	Без пререквизитов	5B051100 Маркетинг
Макроэкономика	БД ОК	бакалавр	2	3	4	Микроэкономика	5B051100 Маркетинг
Бухгалтерский учет и аудит	БД ОК	бакалавр	2	3	4	Без пререквизитов	5B051100 Маркетинг
Профессиональный казахский (русский) язык	БД ОК	бакалавр	2	3	4	Казахский (русский) язык	5B051100 Маркетинг
Маркетинговые исследования	ПД ОК	бакалавр	3	5	5	Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Управление маркетингом	ПД ОК	бакалавр	2	3	6	Маркетинг	5B051100 Маркетинг

2.2 Элективные модули по специальности (БД и ПД)

Название модуля/ дисциплины	Цикл дисциплин	Академиче- ская степень	Кредиты РК	Кредиты ECTS	Семестр	Пререквизиты	Специальность (шифр, наименование)
Модуль: Маркетинг услуг и стандартизация: 1. Маркетинг услуг 2. Стандартизация, сертификация и метрология	БД КВ	бака- лавр	3 2	4 3	4	Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг в отраслях и товароведение: 1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности 2. Товароведение и экспертиза товаров	БД КВ	бака- лавр	3 2	4 3	4	Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Поведение потребителей и логистика: 1. Поведение потребителей 2. Маркетинговая логистика 3. Мерчандайзинг	БД КВ	бака- лавр	3 3 3	4 4 4	5	Маркетинг	5B051100 Маркетинг

Модуль: Покупательское поведение и товародвижение : 1. Типология покупательского поведения 2. Товародвижение в системе маркетинга 3. Искусство продажи	БД КВ	бака- лавр	3 3 3	4 4 4	5	Психология управления Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Технологии продвижения 1: 1. Маркетинговые коммуникации 2. Брендинг 3. Интернет-маркетинг	БД КВ	бака- лавр	3 3 2	4 4 3	6	Маркетинг ИКТ	5B051100 Маркетинг
Модуль: Технологии продвижения 2: 1. Рекламное искусство 2. Управление торговыми марками 3. Электронный маркетинг	БД КВ	бака- лавр	3 3 2	4 4 3	6	Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг по отраслям 1: 1. Банковский маркетинг 2. Промышленный маркетинг	ПД КВ	бака- лавр	3 3	4 4	6	Маркетинг услуг Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Маркетинг по отраслям 2: 1. Маркетинг в индустрии гостеприимства 2. Маркетинг B2B	ПД КВ	бака- лавр	3 3	4 4	6	Маркетинг услуг Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Международный и стратегический маркетинг: 1. Международный маркетинг 2. Стратегический маркетинг	ПД КВ	бака- лавр	3 3	6 6	7	Маркетинг, Маркетинговые коммуникации	5B051100 Маркетинг
Модуль: Международный бизнес и планирование маркетинга: 1. Международный бизнес 2. Планирование маркетинга	ПД КВ	бака- лавр	3 3	6 6	7	Маркетинг	5B051100 Маркетинг
Модуль: Профессионально-языковой модуль 1: 1. Английский язык сертифицированный 2 2. Маркетинговый анализ	ПД КВ	бака- лавр	3 3	4 4	8	Маркетинговые исследования	5B051100 Маркетинг
Модуль: Профессионально-языковой модуль 2: 1. Английский язык 2. Анализ рынка	ПД КВ	бака- лавр	3 3	4 4	8	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)
Business English 1	БД КВ	бакалавр	2	3	4	Профессионально-ориентированный иностранный язык	5B051100 Маркетинг
Business English 2	ПД КВ	бакалавр	2	3	5	Профессионально-ориентированный иностранный язык	5B051100 Маркетинг
Business English 3	ПД КВ	бакалавр	2	3	6	Профессионально-ориентированный иностранный язык	5B051100 Маркетинг
Английский язык сертифицированный 1	ПД КВ	бакалавр	3	5	7	Business English 3	5B051100 Маркетинг
Английский язык сертифицированный 2	ПД КВ	бакалавр	3	5	8	Английский язык сертифицированный 1	5B051100 Маркетинг

Содержание модулей (дисциплин)

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Экономическая теория Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Экономическая теория Преподаватели: на конкурсной основе			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
2	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		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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Профессионально-ориентированный иностранный язык Код дисциплины: xxxxxx

	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, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Для изучения данного курса студентам необходимо освоение уровня базовой достаточности (B1).	Для овладения студентами профессионально – коммуникативными умениями необходимо целенаправленное формирование понятийно – терминологического аппарата специальности, расширение информационной базы на материале аутентичных текстов, овладение стратегиями учения, умениями интерпретировать, вести дискуссии, аргументировать, решать типовые стандартные и профессионально – ориентированные задачи.	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 по данной дисциплине 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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Микроэкономика Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Микроэкономика Преподаватель: на конкурсной основе			
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.	100 балльная	Экономическая	Макроэкономика	Рубежный контроль 1

Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	система оценки	теория		– 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 среды. 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</i> навыками микроэкономического анализа, прогнозирования и планирования.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Финансы Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Финансы Преподаватель: к.э.н. Шайхутдинова А.К. доцент Мусаханова Н.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
3	RK – 3; ECTS - 4	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		Финансы	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.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Общий модуль по выбору (предпринимательский) Шифр и название модуля: Экономико-управленческий модуль 1 Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинг Преподаватель: Бокижанова Ф.И.			
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: - знать 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; - уметь 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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – Маркетинг				
Статус	Тип модуля: обязательный Шифр и название модуля: Менеджмент Код дисциплины: Men2209 Название дисциплины: Менеджмент Преподаватель: Букейханова Т.К.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 2; ECTS - 3	Русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный

	оценки			контроль
Лекции – 15 ак. час. Практич. занятия – 15 ак. часов СРС – 45 ак. час. СРСР – 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, посвященные 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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Макроэкономика Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Макроэкономика Преподаватели: на конкурсной основе			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 4	русский	1 семестр	
Кол-во часов	Система оценки	Пререквизиты	Постреквизиты	Промежуточный контроль
Лекции –30 ак.ч.	100 балльная	Экономическая		Рубежный контроль

Практич. занятия – 15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч, СРСР – 15 ак.ч.	система оценки	теория		1 – 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 спрос и 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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Бухгалтерский учет и аудит Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Бухгалтерский учет и аудит Преподаватели: к.э.н., профессор Олохтонова Э.А. к.э.н., доцент Упорова И.В.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	RK – 3; ECTS - 4	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		Финансовый учет 1	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 и прибылях и убытках).
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Обязательные модули по специальности Шифр и название модуля: Профессиональный казахский (русский) язык Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Профессиональный казахский (русский) язык Преподаватель: Каршигаева А.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	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	Практический казахский язык-2	Языковая подготовка, способствующая усвоению казахского языка в профессиональной сфере	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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг услуг и стандартизация Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинг услуг Преподаватель: Мичитова Х.Д. (Ахатаева А.К.)			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	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	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; - <i>представлять</i> 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
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг услуг и стандартизация Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Стандартизация, сертификация и метрология Преподаватель: Майдыров С.Г.			
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	нет	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Основные понятия технического регулирования и метрологии. Основы метрологии: система воспроизведения единиц величин, государственная система обеспечения единства измерений, международное сотрудничество в области метрологии. Общая характеристика стандартизации, государственная система технического регулирования, организация работ по стандартизации в РК, международная и региональная стандартизация. Основы сертификации: цель и принципы сертификации, система подтверждения соответствия продукции и услуг, система аккредитации, признание результатов подтверждения соответствия и аккредитации.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> сущность, цели, задачи и средства технического регулирования и метрологии; теоретические основы и основные требования технического регулирования и метрологии; законодательная и нормативная база в области технического регулирования и метрологии; классификацию стандартов и средств измерения; государственный контроль и надзор в области технического регулирования и метрологии; - <i>уметь</i> составлять, планировать и анализировать работу с нормативно-техническими документами в области обеспечения технического регулирования и метрологии; выбирать и применять методы и средства в области обеспечения технического регулирования и метрологии; рассчитывать экономическую и техническую эффективность технических требований; - <i>владеть навыками</i> , методами проведения исследований в области обеспечения технического регулирования и метрологии; умения пользоваться компьютерными технологиями и информационной базой для работы с нормативными документами; формирования бюджета обеспечения технического регулирования и метрологии; составления плана по техническому регулированию и метрологии.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг в отраслях и товароведение Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Преподаватель: Торекулова У.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	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	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Особенности маркетинга в отраслевой сфере. Внешняя среда: определение, 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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг в отраслях и товароведение Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Товароведение и экспертиза товаров Преподаватель: Нурпеисова Л.С.			
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.	100-балльная система оценки	Маркетинг	Экономика торговли, Маркетинг торговли,	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30%

СРСП – 15 ак.ч.			Маркетинг услуг	Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Предмет и задачи товароведения. Принципы товароведения. Ассортиментная политика товара. Виды и структура ассортимента. Ассортиментная политика и управление ассортиментом. Качество товаров. Свойства и показатели качества товаров. Классификация товаров. Зерно и продукты его переработки. Строение и химический состав зерна, виды зерновых культур. Мясо и мясные продукты. Рыба и рыбные продукты. Швейные товары. Трикотажные и пушно-меховые товары. Классификация, ассортимент и краткая характеристика трикотажных изделий. Обувные товары. Товары из пластических масс. Требования к качеству, маркировка и хранение товаров из пластмасс.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> основные понятия, связанные с теорией товарно-денежных отношений; особенности формирования товарной политики; основные методы и принципы анализа и планирования хозяйственной деятельности торговых фирм; основы планирования разработки товарной стратегии и политики; - <i>уметь</i> использовать в практической деятельности принципы и приемы анализа и планирования коммерческой деятельности торговых фирм; своевременно и эффективно принимать управленческие решения в сфере торговой деятельности; использовать новые информационные технологии при продвижении тех или иных товаров или услуг; - <i>владеть навыками:</i> принятия управленческих решений в торговой деятельности любой фирмы; предприимчивости, самостоятельности, новаторства и новизны в достижении цели, деловитости и практичности; умения разработать товарную стратегию компании.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Поведение потребителей и логистика Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Поведение потребителей Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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, Стратегический маркетинг	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. - уметь определять внешние и внутренние факторы, влияющие на принятие решения о покупке; разделять процесс принятия решений на этапы; вызывать желаемую эмоциональную и психологическую реакцию потребителей; - владеть навыками общения и коммуникационными способностями; управленческими и лидерскими качествами; навыками аналитического мышления, убеждения потребителей.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Поведение потребителей и логистика Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинговая логистика Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Поведение потребителей и логистика

	Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Мерчандайзинг Преподаватель: Айтуганова Г.Н.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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 мерчандайзинга. Эволюция мерчандайзинга. Функция мерчандайзера. Как ведет себя покупатель в магазине. Как правильно работать с поставщиком. Инструменты мерчандайзинга. 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 мерчандайзинга. Традиционные заблуждения в мерчандайзинге. Правила мерчандайзинга. Выкладка в духе искусства или сила визуального мерчандайзинга. Абстракция и геометрия выкладки. Мерчандайзинг 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 мерчандайзинга в компании. Создание системы оценки мерчандайзинговой активности. Денежная и неденежная мотивация мерчандайзеров. Мерчандайзинг в мире моды. Фанчайзинговые магазины. Мерчандайзинг спортивных магазинов. Правила и ошибки мерчандайзинга. Мерчандайзинг в аптеке. Мерчандайзинг малых форм. Большая распродажа.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> определения мерчандайзинга; стадии развития мерчандайзинга; инструменты мерчандайзинга; каким образом осуществляется мерчандайзинг товара-новинки; зачем осуществляется маркетинг торговых каналов с точки зрения мерчандайзинга; варианты организации мерчандайзинга в компании и систему оценки мерчандайзинговой 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 мерчандайзинга 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 мерчандайзинга 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.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Покупательское поведение и товародвижение Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Типология покупательского поведения Преподаватель: Торекулова У.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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	Психология управления	Маркетинговые коммуникации	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Покупательское поведение и товародвижение Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Товародвижение в системе маркетинга Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Покупательское поведение и товародвижение Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Искусство продажи Преподаватель: Давлетова М.Т.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
5	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	Маркетинг	Международный маркетинг,	Рубежный контроль 1 – 30%

15 ак.ч. СРС – 75 ак.ч. СРСП – 15 ак.ч.	оценки		Стратегический маркетинг	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинговые коммуникации Преподаватель: Давлетова М.Т.			
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, Стратегический 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, публичных рилейшнз); организации выставок, ярмарок.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Брендинг Преподаватель: Джумадилдаева Ж.Б.			
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, Стратегический маркетинг	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения

	Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Интернет-маркетинг Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	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	ИКТ, Маркетинг	Международный маркетинг	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: - знать историю и структуру сети Интернет, принципы влияния интернета на пользователя, сущность интернет-маркетинга, принципы ведения интернет-маркетинга; - уметь формировать и поддерживать деловые связи, изучать рынки, выстраивать коммуникации с целевой группой, - владеть навыками партизанского маркетинга, SEO-оптимизации, копирайтинга, оптимизации юзабилити сайта, организации интернет-магазина.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Рекламное искусство Преподаватель: Джампеисова К.К.			
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, Стратегический 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 рекламоделами 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.

Шифр и наименование специальности: 5В051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Управление торговыми марками Преподаватель: Джумадилдаева Ж.Б.			
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, 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</i> навыками анализа бренда как маркетинговой, семиотической и коммуникативной категории и анализа методов процесса создания и			

	управления торговой маркой.
--	-----------------------------

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Технологии продвижения Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Электронный маркетинг Преподаватель: Полухина Е.А.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
6	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	ИКТ, Маркетинг	Международный маркетинг	Рубежный контроль 1 – 30% 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: - знать сходство и различия электронного и традиционного маркетинга, методы продвижения бренда в сети интернет, методы поисковой оптимизации сайта; - уметь проводить поисковое продвижение, внутреннюю и внешнюю оптимизацию (SEO) сайта; - владеть навыками создания контекстной рекламы, обмена баннерами, осуществления мобильного маркетинга, организации электронной торговли.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг по отраслям Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Банковский маркетинг Преподаватель: Нурпеисова Л.С.			
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	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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг по отраслям Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Промышленный маркетинг Преподаватель: Бокижанова Ф.И.			
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	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 (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <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 принципами 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.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг по отраслям Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинг в индустрии гостеприимства Преподаватель: Джампеисова К.К.			
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.
--	---

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Маркетинг по отраслям Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинг B2B и B2C Преподаватель: Бокижанова Ф.И.			
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. 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 и B2C: сущность, особенности. Основные характеристики рынков товаров производственного назначения. Специфика маркетинговой деятельности на рынках B2B и B2C. Структура рынка продукции производственного назначения (ППН), его участники. Основные характеристики спроса. Цели, основные направления исследований на рынке B2B и B2C. 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 и B2C.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> модели покупательского поведения на B2B и B2C 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 и B2C; - <i>уметь</i> анализировать, планировать и осуществлять закупочную деятельность на B2B и B2C рынках; изучать и проводить маркетинговые исследования рынков товаров и услуг, образцов покупательского поведения; проводить			

	сегментирование B2B и B2C 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 и B2C 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.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Международный и стратегический маркетинг Код дисциплины: xxxxxxx 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, Маркетинго-вые коммуникации	нет	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.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Международный и стратегический маркетинг Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Стратегический маркетинг Преподаватель: Ахметова Ш.Ф.			
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, Маркетинго-вые коммуникации	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 (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»	
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности

	Шифр и название модуля: Международный бизнес и планирование маркетинга Код дисциплины: xxxxxxx 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	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-2010.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»			
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Международный бизнес и планирование маркетинга Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Планирование маркетинга Преподаватель: Полухина Е.А.		
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	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.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Профессионально-языковой модуль Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Маркетинговый анализ Преподаватель: Джумадидаева 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	Маркетинговые исследования	нет	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.
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> 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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 – «Маркетинг»				
Статус	Тип модуля: Элективный модуль по специальности Шифр и название модуля: Профессионально-языковой модуль Код дисциплины: xxxxxxx Название дисциплины: Анализ рынка Преподаватель: Джумадидаева 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	Маркетинговые исследования	нет	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Теория и методология проведения анализа как на микроуровне, так и на макроуровне. Выявление модели и структуры рынка. Понятие рыночной конъюнктуры. Основные методические принципы изучения и прогнозирования конъюнктуры. Методы анализа. Анализ общеэкономической ситуации. Анализ конкретного товарного рынка. Создание карты рынка («МЭППИНГ» рынка). Основные показатели при изучении рынка. Виды прогнозов. Методы прогнозирования ситуации построенной модели. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка. Оценка привлекательности рынка. Отраслевой анализ рынка. Конкурентный анализ. Анализ стратегий конкурентов, сильных и слабых сторон. Оценка наличных ресурсов и методы анализа их использования. Интегральный индекс потенциального роста за счет раскрытия ресурсного потенциала компании.			
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>знать</i> теорию и методологию проведения анализа как на микроуровне, так и на макроуровне; - <i>уметь</i> выявлять модели, структуру рынка и проводить отраслевой и конкурентный анализ рынка; - <i>владеть</i> навыками прогнозирования рыночных процессов и оценки ресурсов и конкурентов на рынке.			

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Дополнительные модули по выбору Шифр и название модуля: Английский язык Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Английский язык (Business English 1) Преподаватель: Белякова А.В.

Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
4	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	Для изучения данного курса « Business English » необходим уровень базовой достаточности B1	После изучения курса « Business English » студент должен достигнуть уровня базовой достаточности B2	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.
--	--

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительные модули по выбору Шифр и название модуля: (Business English 2) Код дисциплины: EnglYa 3308 Название дисциплины: (Business English 2) 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, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Профессионально-ориентированный иностранный (английский) язык		Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% 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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительные модули по выбору Шифр и название модуля: Business English 3 Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Business English 3 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 – 30 ак.ч. СРС – 45 ак.ч, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Иностранный (английский) язык в профессиональной деятельности-1		Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	Unit 8. 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 9. 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 10. 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 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг	
Статус	Тип модуля: Дополнительные модули по выбору Шифр и название модуля: Сертифицированный английский язык Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Сертифицированный английский язык Преподаватель: Токтабаева Г.Р.

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, СРСП – 15 ак.ч.	100 балльная система оценки	Иностранный (английский) язык в профессиональной деятельности-2		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.

Шифр и наименование специальности: 5B051100 Маркетинг				
Статус	Тип модуля: Дополнительные модули по выбору Шифр и название модуля: Профессионально-языковой Код дисциплины: xxxxxx Название дисциплины: Сертифицированный английский язык Преподаватель: Белякова А.В., Бадамбаева В.М.			
Семестр	Кредиты	Язык	Продолжительность	
8	RK – 3; ECTS - 4	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	Для изучения данного курса необходим уровень базовой достаточности B1	После изучения курса студент должен достигнуть уровня базовой достаточности B2	Рубежный контроль 1 – 30% Рубежный контроль 2 – 30% Экзамен – 40%
Содержание дисциплины	1. History (Wight spots of History) 2. Art (Unreal Reality) 3. Environment (The world that we live in) 4. Food (The first Instincts) 5. Sport (Style of Life) 6. Family (The main relationship) 7. Science (Curiosity is the step to progress)			

	8. Gender (The war or corporation) 9. Psychology (The will of happiness and harmony) 10. Communication (Who is more sociable: people or IT) 11. Policy (Control of the world) 12. Economics (We all are involved in economics) 13. Medicine (The aspiration to live forever) 14. Law (Crime and Punishment) 15. Media (The creator of our thinking) 16. Grammar: a. Parts of Speech b. Sentences c. Idioms
Результаты обучения (компетенции)	В результате освоения модуля студент должен: - <i>уметь</i> разбираться и оперировать грамматическими единицами; понимать 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.