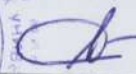
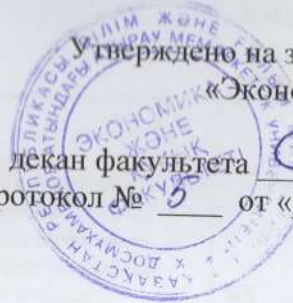


НАО АТЫРАУСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Х. ДОСМУХАМЕДОВА
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА»

Утверждено на заседании факультета
«Экономика и права»
декан факультета  Адиева Э.М.
протокол № 5 от «28» 01 2022г.



КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

на 2022-2023 учебный год

Образовательная программа: 6B04107 - Маркетинг

Атырау, 2022

№	Код и наименование дисциплины	Цель курса Краткое содержание основных разделов (2-3 предложения)	Пререквизиты	Формируемы компетенции (не более 30 слов)	Цикл дисциплины		Объем академ. кредитов	Рекомендуемый семестр
					(ООД, БД, ПД)	ВК, КВ		
1 курс								
1	ЕТ1201 Экономическая теория	Целью учебной дисциплины является базовой дисциплиной, которая дает студентам представление об экономике как системе, основных понятиях, категориях, законах и закономерностях экономического развития. Способствует воспитанию экономически грамотных специалистов, умеющих самостоятельно мыслить и принимать ответственные решения.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: иметь представление об особенностях развития экономики в различных странах; знать закономерности развития истории экономики; знать категориальный аппарат дисциплины; Должны уметь: используя различные методы, (графический, аналитический) объяснять проблемы экономики; применять математические методы при изучении дисциплины	БД	ВК	5	1
2	МЕ1202 Математика в экономике	Целью учебной дисциплины дает представление о методах математики, ее применении в экономической науке. Формирует практические навыки решения математических задач, знания основных определений, теорем, правил, математических методов и их практическое применение. Приобретение практических навыков в решении задач по темам, предусмотренным программой курса.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: основное содержание дифференциального и интегрального исчисления; установления корреляционных и регрессионных связей; применения математических моделей для решения экономических задач. Должны уметь: применять алгоритмы решения задач и исследования функций, владеть математическими приемами при решении экономических задач; готовностью применять аналитические и численные методы решения поставленных задач.	БД	КВ	8	1
	Есо 1202 Эконометрика	Целью преподавания курса являются факторы, формирующие развитие экономических явлений и процессов. Эконометрика - это искусство разработки и предвидения экономических нормативов, прогнозов и гипотез. Объективную характеристику развития экономических явлений и процессов в будущем могут обеспечить		В результате изучения дисциплины студенты должны знать: базовые понятия математики; владеть основами комбинаторики, теории множеств, теории графов, теории конечных автоматов и теории кодирования. Должен уметь: самостоятельно строить и исследовать эконометрическую модель.				

		правильно подобранные статистические и математические методы.						
3	AP1211 Академическое письмо	Формирование профессиональной компетенции и расширение коммуникативной компетенции, связанной с аналитической текстовой деятельностью; формирование у студентов навыков лингвистического и прагматического мышления, умений анализировать экспрессивные единицы языка и грамотно осуществлять выбор нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации.	Программа школьного курса: Казахский (русский) язык, Правописание, грамматика	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: - знать цели и задачи аналитической обработки текстов в современном информационном пространстве; жанрово-стилистические характеристики аннотации, реферата, аналитического обзора, научного письма; принципы коммуникативной организации аннотации и реферата; правила написания обзоров; - уметь проводить стилистический анализ научных, научно-технических и научно-популярных текстов, определять стилистическую и жанровую принадлежность текста сферы профессиональной информации; определять средства речевой выразительности; - владеть: приемами смыслового анализа текста; методикой коммуникативного анализа текста; жанрами аннотации и реферата.	БД	ВК	3	1
4	Mik1203 Микроэкономика	Целью преподавания курса изучает механизмы принятия решения экономическими субъектами и индивидуального выбора в социальной сфере, причинно-следственные связи между микроэкономическими переменными в социальной сфере, а также факторы, влияющие на поведение рыночных субъектов. Изучает механизмы функционирования современной экономики, понимание причин принятия решения отдельными экономическими субъектами, потребителями, производителями, капиталовладельцами, владельцами ресурсов и отдельными фирмами.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: микроэкономические модели поведения индивидуальных экономических субъектов; методы микроэкономического анализа; механизм функционирования рынка услуг; модели рыночного равновесия; теории потребительского поведения; теорию производства и издержки; сущность и показатели монопольной власти; рынки факторов производства; вопросы обеспечения общественными благами Должны уметь: аргументировано обосновать причинно-следственные связи и зависимости между микроэкономическими переменными.	БД	ВК	5	2
5	RI 1212 Рыночная инфраструктура	Цель курса - изучить механизм регулирования инфраструктуры рынка, формирования более совершенного механизма регулирования рынка; изучить рынок оптовой торговли, розничный рынок, рынок средств производства, товарные биржи, рынок ценных бумаг, рынок рабочей силы,		При изучении курса формируются следующие компетенции: - знает определение понятия, категории, показатели, отражающие состояние и тенденции развития товарного рынка; - знает историю, классификацию рыночной инфраструктуры, ее роль в процессе воспроизводства на рынке и основные принципы				

		информационной рынок, рынок туристических услуг.	Программа срнеднего образования	государственного регулирования этими процессами; - выявляет роль, функции бирж в рыночной экономике, дает оценку их деятельности; - владеет основами исследования и регулирования товарного рынка как одним из важнейших инструментов работы с экономической информацией.	БД	КВ	5	2
	OR 1212 Отраслевые рынки	Целью преподавания дисциплины является овладение теоретическими основами экономики энергетической отрасли, формирование мировоззрения и навыков системного анализа технико-экономических проблем, экономического подхода к решению технических задач, что позволит лучше ориентироваться в непрерывно изменяющихся экономических условиях производства, лучше адаптироваться в условиях рыночной экономики.		В результате изучения дисциплины должны - знать: систему экономических показателей деятельности энергопредприятий и их взаимосвязь; специфику кадров в энергетике и особенности показателей производительности труда. Уметь: производить расчеты важнейших технико-экономических показателей, определять капитальные вложения, первоначальную и амортизационную стоимоость основных активов, калькулировать себестоимость производства энергии; Иметь навыки: расчета капитальных вложений; определение издержек производства и себестоимости единицы продукции.				
	RSS 1212 Регулирование социальной сферы	Целью курса является приобретение обучающими знаний и навыкрв в области социального управления, а также освоение основных положений успешного управления в различных направлениях социальной сферы: здравоохранение, образование, пенсионное и социальное обеспечение, культура и.т.п		В результате изучения дисциплины студенты должны Знать: основные методы и функции социального управления; специфику управления в социальной сфере; типологию и классификацию уровней и элементов социальной сферы, специфику планирования, организации, мотивации, котроля и принятия управленческих решений в отраслях социальной сферы; Уметь: анализировать эффективность системы социального упраления; выбирать необходимые методы упраления отрасл.ю социальной сферы; Владеть: различными методиками социального управления; инструментами планирования и контроля в процессе управления социальной сферой.				
2 курс								
6	IMEDM2108 Идея Мєцгїлїк Ел и духовная модернизация	Цель дисциплины: воспитание нового поколения специалистов, социально активных членов общества с высоким уровнем развития национального самосознания, национального духа, духа		В результате изучения дисциплины студент должен знать: сущность основных понятий дисциплины этнос, нация, менталитет, национальный менталитет, национальная идея, национальное воспитание, национальное самосознание,				

		патриотизма, исторического сознания и социальной памяти; духа профессионализма и конкурентоспособности, готовых к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности нашего государства, способных строить конструктивный диалог с представителями других культур.		этническое сознание, национальная культура, культура межнационального общения, образ жизни, интеллектуальный потенциал, конкурентоспособность и пр.; должен уметь: достойно жить в гражданском обществе, уважая права и свободы личности, общие для всех казахстанских этносов; владеть этнопедагогическими, этнокультурными, поликультурными компетенциями, культурой межнационального согласия и общения.				
	EOBZh 2108 Экология и основы безопасности жизни	Целью учебной дисциплины является формирование экологически образованной личности, владеющей основами экологического мышления и безопасной жизнедеятельности, способной прогнозировать последствия своей деятельности на глобальном, национальном и локальном уровнях, для окружающей социоприродной среды и себя, руководствуясь нормами законодательства.	Современная история Казахстана, Рыночная инфраструктура. Микроэкономика, Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студент должен знать принципы обеспечения здоровья, безопасности человека, снижение экологического следа в окружающей среде, повышение экологической культуры, культуру здорового и безопасного образа жизни ; уметь прогнозировать и оценивать системные последствия (риски) действий, деятельности, поведения для состояния окружающей среды, здоровья человека, безопасности жизни, устойчивого развития местного сообщества и природы.	Д	КВ	5	3
	OPMS2108 Основы предпринимательства и ментор стартапов	Целью преподавания курса является формирование у студентов знаний о принципах предпринимательства, о методах поиска новых идей и составления стартапов. Изучение теории и практики предпринимательской деятельности, которая представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности, осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли, необходимых для саморазвития собственного дела.		Знать содержание и суть предпринимательской деятельности, ее формы, основы формирования культуры и предпринимательства, а также принципы делового и этического поведения предпринимателя. Уметь формулировать банк предпринимательских идей, составлять бизнес-план стартапов, формировать лидерские навыки и приобретать опыт работы в команде в рамках социоприродно-ориентированного и инновационного бизнеса. Владеть методами составления стартапов основными формами сотрудничества в сфере производства, принципами и методами оценки эффективности предпринимательской деятельности и самоорганизации человека в конкретной деловой среде.				
7	Сеп 2213 Ценообразование	Цены, находясь в тесной взаимосвязи с маркетингом, определяют рентабельность фирмы, ее жизнеспособность и финансовую		Знать: социально-экономическую суть ценообразования, виды, функции, систему ценообразования; специфику отраслевого ценообразования;				

	стабильность. От них во многом зависит достижение коммерческих результатов. Верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное воздействие на всю деятельность организации. Цель дисциплины – формирование у будущих специалистов целостного представления о теоретических и методологических основах ценообразования в неразрывной связи со всей хозяйственной деятельностью предприятия.		международный опыт и казахстанскую практику ценообразования; Уметь: анализировать и прогнозировать все составляющие цены, ценообразования; выявлять и учитывать отраслевую специфику моделей ценообразования; выбирать метод ценообразования на основе анализа показателей конъюнктуры; определить тактику и стратегию ценообразования; рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор; анализировать и контролировать процесс принятия решений по ценам. Владеть: Ведения аналитической и научно-исследовательской деятельности при рассмотрении проблем в области ценообразования; анализа методологических аспектов исследований в области ценообразования.				
UMR2213 Управление медиаканалами	Целью дисциплины является формирование у студентов знаний содержания коммуникативного процесса, теории и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации, а также знакомство с основными параметрами и принципами управления медиаресурсами компании, формирование отношений со СМИ	Экономическая теория, Микроэкономика Рыночная инфраструктура, Отраслевые рынки	Знать: содержание коммуникативного процесса и его составляющие, специфику функции средств массовой коммуникации и виды СМИ, структуру информационного пространства; Уметь: выстраивать эффективные взаимоотношения с различными медиа-каналами, оценивать и оптимизировать медиа-базу компании; Владеть: системным представлением об организационной и экономической составляющей медиа отношений компании, информационных возможностей различных медиа-каналов, навыками определения и формирования информационной открытости и сохранения информационной безопасности.	БД	КВ	5	3
REK2213 Реклама в электронной коммерции	Целью учебной дисциплины состоит в овладении принципов и методов формирования рекламной стратегии в Интернет и управления рекламной политикой предприятия в электронной коммерции, приобретение навыков применения различных техник и приемов по созданию и поддержанию эффективной рекламной коммуникации Интернет ресурсов, а также обеспечение соответствующего объема продаж и формирования лояльности покупателей Интернет-магазина		Знать: основные теоретические и методологические положения формирования рекламной стратегии и управления рекламной деятельности в условиях высококонкурентной интернет-среды; процедуру выбора различных форм и методов продвижения Интернет ресурса. Уметь: использовать современные технологии, процедуры разработки, принятия и реализации коммуникативных решений, организовывать и поддерживать коммуникацию Интернет –ресурса компании, отслеживать основных пользователей и посетителей электронного ресурса, осуществлять грамотную политику поискового и не поискового продвижения Интернет-ресурса компании.				

				Владеть: навыками подготовки организационно-экономического обоснования и системным представлением об организационной и экономической и коммуникативной составляющей процесса управления рекламными коммуникациями в электронной коммерции.				
8	ТМЕК 2209 Трейд маркетинг и электронная коммерция	Цели изучения учебной дисциплины: формирование у студентов системы знаний о содержании трейд-маркетинга и формирования практических навыков применения инструментов трейд-маркетинга в сбытовой деятельности торгового предприятия. Задачи изучения учебной дисциплины: - изучить развитие технологий продаж в их историческом контексте; - развить навыки анализа различных типов покупателей и организации процесса продаж в соответствии с моделями покупательского поведения; - подготовить к процессу персональных продаж; - изучить принципы организации работы торговых представителей в отношении управления ими и вознаграждения за труд.	Экономическая теория, Микроэкономика Рыночная инфраструктура, Отраслевые рынки	Компетенции изучаемой дисциплины: - владеет методами исследования и анализа товарных рынков; - владеет способами организации коммерческих сделок на рынке товаров и услуг; - владеет навыками организации коммерческой деятельности предприятий и их коммерческих служб в условиях рыночной экономики; - владеет приемами организации коммерческих и торгово-посреднических операций на рынке товаров и услуг. - способен применять современные способы управления маркетингом торговых компаний; - владеет методами эффективной организации торгового процесса	БД	ВК	8	3
9	МАК 2204 Макроэкономика	Цель преподавания представляется наиболее важным с точки зрения изучения глобальных экономических явлений, происходящих в экономике государства. Целесообразность овладения этим предметом диктуется становлением и продолжением развития рыночных отношений в Республике Казахстан. Изучение курса позволит правильно оценить ситуацию в стране и принять грамотное экономическое решение по тем или иным проблемам.	Экономическая теория, Микроэкономика Рыночная инфраструктура, Отраслевые рынки	В результате изучения дисциплины студент должен знать: принципы современного макроэкономического анализа; методологию расчёта и использования основных макроэкономических показателей и моделей открытой экономики; методику научного макроэкономического прогнозирования, лежащего в основе экономической политики; процессы, связанные с национальной экономикой. Должен уметь: увязывать получаемые знания с экономическими реалиями, процессами; успешно применять и сочетать полученные знания на практике.	БД	ВК	5	3
10	Мен 2205 Менеджмент	Целью учебной дисциплины входит в перечень компонента по выбору цикла базовых дисциплин. Содержание дисциплины характеризует обеспечение	Микроэкономика Основы предприниматель	В результате освоения дисциплины студент должен знать: основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; принципы развития и закономерности; роли, функции и задачи менеджера				

		рационального ведения хозяйства организации в условиях дефицита ресурсов, необходимость достижения высоких конечных результатов с минимальными затратами, оптимальной адаптации организации к изменяющимся рыночным условиям.	тва и ментор стартапов	в современной организации; Должен уметь: ставить цели формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.	БД	ВК	5	4
11	SB 2206 Статистика бизнеса	С изучения этого курса начинается познание студентами статистической науки. Целью учебной дисциплины «Бизнес-статистика» является приобретение обучающимися необходимых навыков применения методов количественного статистического анализа различных экономических ситуациях и бизнес процессах.	Математика в экономике, Эконометрика, Экономическая теория, Макроэкономика Микроэкономика	В результате изучения дисциплины студент должен знать: общие принципы и специальные приемы и методы статистического исследования; Должны уметь: разработать планы статистического исследования для получения информации о массовых явлениях путем регистрации их признаков, применить метод группировки для последующей сводки и анализа.. Анализировать полученные данные полученные в результате сводки и группировки, применяя относительные и средние показатели, динамику отображающие развитие изучаемого явления во времени.	БД	ВК	5	4
12	Fin 2206 Финансы	Целью дисциплины представляет собой теоретическую базовую дисциплину, в которой последовательно рассматриваются основы организации и управления финансами, состав и структура финансовой системы Республики Казахстан, финансы хозяйствующих субъектов, государственные финансы, основы страхования, актуальные проблемы финансов.	Математика в экономике, Эконометрика, Экономическая теория, Микроэкономика Макроэкономика	В результате изучения дисциплины студент должен знать: приобретение глубоких теоретических знаний природы и специфики финансов как основы их последующего практического применения; изучение классических и современных концепций финансов и умение адаптировать их для обоснования проблем экономики и социума; Должен уметь: обладание навыками организации финансовых взаимосвязей, планирования, бюджетирования и прогнозирования финансово-экономических процессов; приобретение навыков аналитической работы с финансовой отчетностью.	БД	ВК	5	4
13	ММ 2210 Международный маркетинг	Изучение данной дисциплины позволит студентам понять специфику международного маркетинга, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки	Экономическая теория, Макроэкономика Рыночная инфраструктура, Основы предпринимательства и ментор стартапов	В результате освоения дисциплины студент должен знать: сущность и специфику международного маркетинга; - отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга; методы исследования и сегментации внешних рынков; особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; основы организации работы в области международного маркетинга; Должен уметь: - анализировать среду международного маркетинга; планировать мероприятия по	БД	ВК	5	4

				реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; организовать работоспособную и эффективную службу, реализующую международную маркетинговую деятельность; Владеть практическими навыками: сбора и обработки информации о внешнем рынке.				
3 курс								
14	ВР 3301 Бизнес планирование	Бизнес-план является составной частью текущего и стратегического планирования развития предприятия (компании, фирмы). Изучение бизнес-плана в современных условиях опирается на знание основных функциональных дисциплин управления предприятием: маркетинговой, производственной, коммерческой, финансовой. Это связано с тем, что все запланированные мероприятия должны быть сбалансированы с финансовыми, временными, кадровыми и другими ресурсами.	Микроэкономик, Рыночная инфраструктура Маркетинг, Финансы, Основы предпринимательства и ментор стартапов	знать: законодательные и нормативные акты, положения, типовые методики разработки бизнес-планов; методы и технические приемы бизнес-планирования; теоретические основы современного бизнес-планирования; уметь: творчески использовать полученные теоретические знания по бизнес-планированию в процессе последующего обучения в соответствии с учебными планами подготовки и самостоятельно применять их в практической разработке бизнес-планов; владеть: навыками самостоятельного овладения методами бизнес-планирования и применению этих знаний в практической разработке бизнес-планов.	ПД	ВК	5	5
15	РР 3302 Предпринимательское право	Предпринимательское право состоит в том, чтобы на основе совершенствования содержания лекции, методика проведения практических занятий и с учетом достижений и юридической науки и практики повысить уровень правовой культуры и правовых знаний студентов. В связи с этим основными задачами курса являются: - изучение и проверка действующего законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.	Экономическая теория, Микроэкономика, Макроэкономика, Рыночная инфраструктура	Знать: Предпринимательское право комплексная интегрированная отрасль права, совокупность правовых норм, регулирующих на основе частного-правовых и публично-правовых начал отношения в сфере организации, осуществления предпринимательской деятельности и руководства. Уметь:-формирование навыков применения теоретических знаний в практической деятельности. Иметь навыки: Нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность в РК.	ПД	ВК	5	5
16	NN 3303 Налоги и налогообложение	Цель дисциплины – изучение теории и практики взимания налогов и других обязательных платежей с юридических и физических лиц с целью формирования доходной базы бюджетов соответствующих уровней. Задачи дисциплины - формирование у студентов комплекса теоретических и практических знаний в области	Экономическая теория, Микроэкономика, Макроэкономика, Бизнес статистика, Финансы	Знание - перечисляет виды налогов и других видов платежей в бюджет, действующих на территории РК, рассказывает об основных этапах становления и развития налоговой системы РК, налоговых механизмах и налоговой политике в стране; Понимание - разграничивает налоги и другие обязательные платежи по уровням бюджетной системы и классифицирует их по категориям;	ПД	ВК	5	5

		формирования налоговой политики государства, построения его налоговой системы и взимания важнейших видов налогов		Применение – производит практические расчеты конкретных видов налогов, сборов, пошлин и других обязательных платежей; Анализ - отслеживает изменения в казахстанской налоговой системе и анализирует тенденции изменения налогового законодательства; Синтез - составляет налоговую отчетность, заполняет налоговые декларации; Оценка - систематизирует и обобщает информацию по налогам и на основе полученных показателей принимает решения.				
17	HRM 3304 HR Менеджмент	Цель преподавания дисциплины - дать целостное представление об управлении персоналом как области ресурсного менеджмента предприятия, в доминирующей степени определяющей состояние проблемы эффективности и конкурентоспособности его деятельности. HR-менеджмент связывает стратегию предприятия с принятием текущих решений в вопросах целесообразного и эффективного планирования и удовлетворения потребности в человеческих ресурсах, необходимых для ее реализации.	Экономическая теория, Микроэкономика, Макроэкономика, Рыночная инфраструктура Менеджмент.	Знать и хорошо ориентироваться в теории управления персоналом, знать состав и содержание этапов процесса управления персоналом, систему планирования, набора и отбора кадров, содержание работ по социальной адаптации работников, организации заработной платы и мотивации персонала, методы оценки кадров, механизмы управления развитием персонала и зарубежный опыт управления персоналом; Уметь анализировать структуру кадров предприятия, формулировать задачи и в зависимости от ситуации использовать оптимальные инструменты организации набора и отбора кадров; Владеть теорией и практикой использования механизмов и инструментов подбора и отбора кадров, современных технологий оценки, мотивации и развития персонала; быть компетентными в области трудового законодательства; вопросах государственного регулирования занятости населения и формирования общих условий найма.	ПД	ВК	5	5
18	BU 3208 Бухгалтерский учет	Целью преподавания дисциплины является: освоение студентами основ бухгалтерского учета, получение навыков и техники его ведения в организациях в соответствии с действующими стандартами, принципами бухгалтерского учета, нормативно-правовыми документами	Математика в экономике, Макроэкономика, Микроэкономика, Статистика бизнеса, Финансы	Знать: концепции и принципы бухгалтерского учета, современные методы и средства обработки информации; Уметь: организовать бухгалтерский учет в соответствии с основополагающими принципами, представлять идеи, проблемы и их решения в области учета; Иметь навыки: ведения бухгалтерского учета, составления финансовой отчетности, развития способностей.	БД	ВК	5	5

				бизнесом – способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка – способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнеспроектов на основе инноваций в сфере ИКТ				
21	МІ 3306 Маркетинговые исследования	Сформировать теоретические знания и практические навыки в области маркетинговых исследований: - сформировать знания в области методологии маркетинговых исследований: изучить основные категории и принципы проведения исследований внешней и внутренней среды организации; - изучить методические основы проведения маркетинговых исследований; - выработать навыки проведения кабинетных и полевых исследований.	Трейд маркетинг и электронная коммерция, Управление маркетингом, Бизнес планирование, Международный маркетинг	В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; - владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; - способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; - знание экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли; - умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.	ПД	ВК	5	6
22	МТ 3215 Маркетинг территорий	Цели освоения дисциплины заключаются в формировании у будущих бакалавров теоретических знаний в области маркетинга территорий, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.		Компетенции. В результате освоения дисциплины студент: знать: - сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции; - субъекты территориального маркетинга; элементы комплекса маркетинга территорий; маркетинговую среду территории; уметь: сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий; разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга; - использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга территорий. владеть: - приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга; основными стратегиями маркетинга территорий; основными методами формирования конкурентных преимуществ территории.				

	MAOSD 3215 Маркетинговый анализ в отраслях и сферах деятельности	Цель изучения дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения маркетинговых задач для предприятий различных отраслей и сфер деятельности. Основные задачи: - изучение данной дисциплины направлено на формирование целостной системы знаний и навыков в сфере разработки комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; - понимание сущности и основного категориального аппарата маркетинга в отраслях и сферах деятельности.	Рыночная инфраструктура, Менеджмент, Бизнес планирование, Управление маркетингом, Международный маркетинг, Трейд маркетинг и электронная коммерция,	В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: Владеть: навыками применения инструментария маркетинга для выработки управленческих решений в различных отраслях и сферах деятельности; - способность создавать систему и комплекс маркетинга на предприятиях промышленности, торговли, АПК, сферы услуг, строительства и т.д.; - способность планировать ассортиментную политику с учетом особенностей отрасли, в которой работает предприятие (организация); - умение применять основные методы коммуникационной политики с учетом особенностей работы предприятий в различных отраслях и сферах деятельности; - понимать основные механизмы организации сбытовой сети и системы товародвижения в различных отраслях и сферах деятельности.	БД	КВ	6	6
	МАТО 3215 Маркетинговый аудит в туристической отрасли	Цели освоения дисциплины дать будущим специалистам знания теории и практики подготовки и проведения аудита маркетинга в туристической области, навыки их успешного применения в будущей профессиональной деятельности		В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - способность разрабатывать корпоративную стратегию; - знать основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга и аудита в туристической отрасли; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления маркетинговой деятельностью; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.				
23	IM 3216 Интернет маркетинг	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.		В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета				

	BM 3216 Бренд менеджмент	Целью дисциплины является развитие ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.	Бизнес планирование, Менеджмент, Управление маркетингом, Международный маркетинг, Трейд маркетинг и электронная коммерция	В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; - способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности; -знать: - роль брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных рынках; типы брендов и их различные роли; - теории и инструменты брендинга; - уметь: - применять принципы формирования портфелей брендов; - владеть: -принципами и технологиями создания брендов для рынков b-to-c и b-to-c; - навыками разработки концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа; - навыками применения полученных знаний в исследовательской работе.	БД	КВ	5	6
	GB 3216 Гостиничный бизнес	Цель дисциплины приобретение теоретических знаний и практических навыков предоставления услуг в гостиницах и других средствах размещения; формирование у обучающихся системы знаний и представлений о современных бизнес-процессах в гостиницах при проведении крупномасштабных международных мероприятий.		В результате изучения дисциплины обучающийся должен: <i>знать:</i> современное состояние гостиничного бизнеса; тенденции развития гостиничного бизнеса; правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничную деятельность; организацию, функционирование, взаимосвязи служб гостиниц; квалификационные требования к персоналу; <i>уметь:</i> проводить исследования с применением современных методов и интерпретировать полученные результаты; анализировать, оценивать состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса; организовывать работу функциональных служб гостиниц; <i>владеть:</i> основными методами работы в гостинице; навыками организации работы в функциональных службах гостиницы, формирования и предоставления гостиничных услуг и продвижения гостиничного продукта.				

Согласовано с работодателями:

Директор Национальной палаты предпринимателей
по Атырауской области

 Сүйінбаев Н.Б.

Директор ТОО Атырауского филиала «Юго-Западного научно-
исследовательский института животноводства и растениеводства».

 М.Ж. Дюсегалиев

Начальник управления Республиканского Государственного
учреждение « Департамент комитета по защите и развитию
конкуренции министерства национальной экономики Республики
Казахстан по Атырауской области»

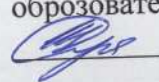
 Набиева А.Е.

ТОО «АлиТрансСервис» директоры

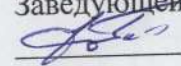
 Торалиев Е.А.

Согласовано ВУЗ:

Директор Офис обеспечения и повышения
академического качества и развития
образовательных программ

 Сулейменова Ж.У

Заведующей кафедрой

 Сабирова Р.К