

Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан  
Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина

Рассмотрено  
на заседании Ученого  
совета университета  
Протокол № 19 от 18  
06 2018г.

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель Правления  
Казахского агротехнического  
университета имени

С.Сейфуллина

А.К.Куришбаев

«18» 06 2018 г.



МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«Маркетинг в отраслях» по специальности: 5В051100 -Маркетинг

Академическая степень: бакалавр экономики и бизнеса по специальности 5В051100 -Маркетинг

Срок обучения: 4 года

Форма обучения: очная

Год поступления: 2018

## Содержание модульной образовательной программы

№	Наименование компонента	
I	Паспорт модульной образовательной программы	3
1.1	Цель и задачи модульной образовательной программы	3
1.2	Общая характеристика модульной образовательной программы	4
1.3	Квалификационная характеристика	5
1.4	Перспективы трудоустройства специалистов	6
II	Результаты обучения и ключевые компетенции	7
III	Академический календарь на 2018-2022 гг.	11
IV	Рабочий учебный план на 2018-2022 гг.	12
V	Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей	14
VI	Участие работодателей в разработке МОП-	14
VII	Формуляры для описания модулей	16

## **I. Паспорт модульной образовательной программы**

### **1.1 Цели и задачи модульной образовательной программы**

Модульная образовательная программа «Маркетинг в отраслях» по специальности 5В051100 – «Маркетинг» была создана на основе запроса работодателей.

Необходимость подготовки специалистов по маркетингу вызвана тем, что в условиях рыночной экономики и формирующейся конкурентной среды все больше компаний обращаются к маркетингу как системе построения своей рыночной политики.

Используя в управлении современную концепцию маркетинга, компании стремятся строить свою деятельность в соответствии с ее ключевым принципом: производить то, что продается, а не продавать то, что производится.

Систематический и научно-организованный маркетинг позволяет компаниям тщательно и всесторонне изучать рынок, формировать и активно воздействовать на спрос, рационально и эффективно планировать товарный ассортимент, осуществлять рекламную деятельность, проводить ценовую политику.

Особое место в программе занимает формирование у студентов навыков аналитической работы по исследованию товарных рынков и управлению развитием продуктов компании.

Целью модульной образовательной программы «Маркетинг в отраслях» по специальности 5В051100 – «Маркетинг» является подготовка специалистов к самостоятельной деятельности в области решения маркетинговых задач.

Задачами программы являются следующие:

1. организация и непосредственное участие выпускников в проведении комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;
2. выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
3. участие в разработке и экономическом обосновании оперативных и стратегических планов деятельности предприятия на национальном и международных рынках;
4. раскрыть современные подходы к организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности.

Конечная цель программы – направление подготовки по образовательной программе «Маркетинг в отраслях» предполагает четкую ориентацию на будущее, которая проявляется в возможности построения своего образования с учетом успешности в личной и профессиональной деятельности, удовлетворяющей требованиям работодателей.

## **1.2 Общая характеристика образовательной программы**

Модульная образовательная программа «Маркетинг в отраслях» по специальности 5В051100 – «Маркетинг» разработана в соответствии с Национальной рамкой квалификаций и стандартами, согласована с Дублинскими дескрипторами и Европейской рамкой квалификаций.

Образовательная программа спроектирована на основе модульной системы изучения дисциплин и содержит 12 модулей, формирующих общекультурные и специальные (профессиональные) компетенции. Основные модули – языковой и исследовательский модуль, социально-правовой модуль, модуль современных информационных технологий, базовый экономический модуль, управленческий модуль, профессиональный модуль. Обучение ведется на двух языках.

Модульная образовательная программа «Маркетинг в отраслях» предусматривает широкую, базовую, профессиональную подготовку, которая должна быть направлена на достижение фундаментальности предметных знаний будущих специалистов. Это должно обеспечить бакалавра общей интегральной методологией профессиональной деятельности, развить у будущих специалистов способность к профессиональному творчеству, сформировать потребность в дальнейшем повышении образовательного уровня.

Образовательная программа «Маркетинг в отраслях» по специальности 5В051100 – «Маркетинг» предусматривает изучение студентом трех теоретических циклов дисциплин, прохождение дополнительных видов обучения, итоговой государственной аттестации.

Циклы дисциплин следующие:

1. Цикл общеобразовательных дисциплин (ООД). Объем цикла ООД составляет 28 кредитов. Из них 21 кредит отводится на дисциплины обязательного компонента: современная история Казахстана, философия, казахский (русский) язык, иностранный язык, информационно-коммуникационные технологии.

2. Цикл базовых дисциплин (БД). Объем дисциплин цикла БД составляет 69 кредитов, из них 20 кредитов отводится на дисциплины обязательного компонента и 49 кредитов на дисциплины компонента по выбору.

3. Цикл профилирующих дисциплин (ПД). Объем дисциплин цикла ПД составляет 32 кредита, из них 5 кредитов отводится на дисциплины обязательного компонента и 27 кредитов на дисциплины компонента по выбору.

Дополнительные виды обучения: профессиональная (учебная, производственная и преддипломная) практика, физическая культура. Итоговая государственная аттестация включает в себя сдачу государственного экзамена по специальности, подготовку и защиту дипломной работы.

Трудоемкость образовательной программы составляет 152 кредита, в том числе 129 кредитов по теоретическому обучению, 12 кредитов практического обучения (4 кредита учебной практики, 7 кредитов производственной практики и 1 кредита преддипломной практики), 8 кредитов физической культуры, 3 кредита итоговой аттестации (1 кредит на государственный экзамен по специальности, 2 кредита для написания и защиты дипломной работы).

### **1.3 Квалификационная характеристика**

#### **1.3.1 Сфера профессиональной деятельности включает:**

- экономические, финансовые, маркетинговые, производственно-экономические и аналитические службы организаций различных отраслей, сфер и форм собственности;
- финансовые, кредитные и страховые учреждения;
- органы государственной и местной власти;
- академические и ведомственные научно-исследовательские организации, образовательные организации системы среднего профессионального образования, среднего общего образования.

**1.3.2** Объектами профессиональной деятельности выпускников программы являются: имущество предприятий, его обязательства, капитал и хозяйственные операции, вызывающие изменения в составе, размещении активов и источников его формирования; поведение хозяйствующих субъектов, производственные процессы и результаты деятельности организаций различных отраслей экономики; финансовые и информационные потоки.

**1.3.3** Предмет профессиональной деятельности выпускников программы являются: умение проводить маркетинговые исследования по различным направлениям для последующего принятия стратегических решений

хозяйствующими субъектами, а также располагать огромным потенциалом, способным в ближайшем будущем многократно увеличивать уровень объема производства необходимой обществу сельскохозяйственной продукции.

#### **1.3.4 Направления профессиональной деятельности:**

*учетно-экономическая деятельность:* сбор, обработка и подготовка исходных данных для отражения в учете фактов хозяйственной жизни организаций с целью формирования бухгалтерской и налоговой отчетности; подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в маркетинговой сфере.

*контрольная:* проверка маркетинговой отчетности субъектов хозяйствования с целью установления достоверности ее показателей и соответствия их деятельности положениям действующего законодательства; участие в ревизии финансово-хозяйственной деятельности организаций всех форм собственности и ее объектов.

*аналитическая и научно-исследовательская:* сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов; обработка массивов экономических данных, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов; проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов; участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ; анализ деятельности хозяйствующих субъектов.

*организационно-управленческая деятельность* участие в производственно-сбытовой и научно-технической деятельности бакалавры изучают маркетинговые возможности и среду хозяйствующих субъектов, проводят маркетинговые исследования, отбирают целевой сегмент, прогнозируют спрос потребителей и позиционируют товары для выбранного сегмента, разрабатывают политику в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями, направленную на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли, разрабатывают стратегические и текущие планы маркетинга и контролируют их выполнение.

*педагогическая деятельность:* преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях среднего профессионального образования, среднего общего образования, дополнительного образования.

#### **1.4 Перспективы трудоустройства.**

Выпускники, окончившие эту образовательную программу, востребованы в организациях, оказывающих услуги по проведению маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов и планов маркетинга, по внедрению принципов маркетингового управления на предприятиях, разработке рекламных кампаний и др., а также в отделах маркетинга предприятий.

Кроме того, университетом заключены договора о прохождении профессиональной практики с такими организациями, как АО «КазАгроМаркетинг», ТОО «Астыкжан», АО «Продкорпорация», ТОО «Вокруг света», Отель «Риксос». На основе заключенных договоров наши выпускники трудоустраиваются в данных организациях. Трудоустройство на работу происходит на стадии завершения производственной практики на основе показанных студентами своих знаний и способностей. Также при проведении практических занятий студенты проводят маркетинговые исследования по заказу акимата Сары-Аркинского района г. Астаны, что способствует их практической подготовке. Положительную роль играет и наличие в учебных планах дисциплин, обеспечивающих широкие возможности деятельности выпускника в аналитических, бухгалтерских, финансовых службах, в подразделениях маркетинга.

Количество трудоустроенных выпускников прошлых лет по специальности 5В051100 – «Маркетинг» составляет от 97% до 100% ежегодно.

## ***II. Результаты обучения и ключевые компетенции***

В результате освоения данной образовательной программы бакалавры Экономики и бизнеса по специальности маркетинг должны владеть следующими ключевыми компетенциями:

### **2.1 Общие компетенции в следующих областях:**

**Родного языка** (казахского/русского языка): понимать содержание любой информации, выражать мысли, чувства, мнения в письменной и устной формах (слушание, говорение, чтение и письмо).

**Иностранных языков:** владеть основными навыками коммуникации на иностранном языке: понимать, выражать, толковать понятия, мысли, чувства, факты и мнения как в устной так и в письменной форме (слушание, говорение, чтение, письмо) в соответствующем ряде социальных и культурных контекстов.

**Фундаментальной математической, естественнонаучной и технической подготовки:** развивать и применять математические способы мышления (логика, пространственное мышление и т.п.) в своей профессиональной деятельности; способен использовать основы естественнонаучных знаний и методологии, для выявления производственных проблем и решения профессиональных задач.

**Компьютерной подготовки:** уверенно использовать современные информационные технологии для работы, досуга и коммуникаций; иметь навыки использования компьютера для участия в сотрудничающих сетях с помощью Интернета в сфере профессиональной деятельности.

**Учебной подготовки:** владеть базовыми знаниями в области экономических, управленческих дисциплин (наук); обладать способностью заниматься самообразованием, уметь эффективно управлять временем и информацией; стремиться к профессиональному и личностному росту.

**Социальной подготовки** (личностные, межкультурные, гражданские компетенции): владеть этическими и правовыми нормами социального поведения, которые позволяют эффективно и конструктивно участвовать в общественной и трудовой жизни; развивать умения предупреждать и разрешать конфликтные ситуации, находить компромиссы, соотносить свое мнение с мнением коллектива; соблюдать нормы деловой этики.

**Предпринимательской и экономической подготовки:** обладать основами экономических знаний, иметь научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах и т.п.; знать и понимать цели и задачи государственного регулирования экономики; планировать и управлять проектами для достижения профессиональных целей.

**Культурной подготовки:** знать традиции и культуру народов Казахстана; понимать важность творческого выражения идей; осознавать установки толерантного поведения личности и профилактики бытового расизма, ксенофобии, экстремизма; обладать высокими духовными качествами.

## **2.2 Специальные (профессиональные) компетенции:**

Выпускник модульной образовательной программы «Маркетинг в отраслях» по специальности 5В051100 – «Маркетинг» должен иметь представление о (об):

- выработке маркетингового мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способности находить организационно-управленческие маркетинговые решения, применимые в выбранной сфере деятельности, и готовность нести за них ответственность;
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- овладение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией;
- умение работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;



- умение обрабатывать и интерпретировать данные, собранные на основе анализа внутренней и внешней среды предприятия, для подготовки экспертных заключений и рекомендаций в области управления маркетингом в различных областях и сферах деятельности;

- способности, к планированию и осуществлению работ по изучению организации работы маркетинговых служб.

**знать:**

– основные учения в области народного хозяйствования;

– особенности организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности;

- особенности комплекса маркетинга в некоторых сферах деятельности;

- специфику маркетинговых исследований для различных отраслей и сфер деятельности;

- особенности товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики предприятия выбранной отрасли или сферы деятельности;

- подходы к разработке маркетинговых стратегий и управлению маркетингом в отраслях и сферах деятельности.

– методы регулирования международной торговли, систему валютного регулирования и контроля в Казахстане.

**уметь:**

– применять теоретические положения, идеи и методы классического маркетинга для решения конкретных практических задач в отдельных отраслях деятельности;

- принимать эффективные решения о перспективе улучшения позиций предприятия на рынке на основе анализа внутренней и внешней среды;

- использовать основные теории современного маркетинга для решения прикладных задач;

- применять полученные знания для выбора оптимальной стратегии фирмы исходя из конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности.

**владеть:**

– знаниями о развитии общества, многообразии культур, цивилизаций, форм социального опыта, месте Казахстана во всемирном историческом процессе;

– современными методами оценки рыночной ситуации;

- основными методами ситуационного анализа положения предприятия в рыночном пространстве, применительно к специфическим особенностям и целям использования маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;

- навыками анализа внешней и внутренней среды предприятия на различных отраслевых рынках;
- информационными технологиями для решения прикладных маркетинговых задач.
- практикой осуществления международных коммерческих сделок, заключения контракта купли-продажи и ведения

**иметь навыки:**

- самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов;
- проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций;
- составления маркетинговых программ и планов стратегического и тактического характера.

**быть компетентным:**

- в применении специальной маркетинговой терминологии и лексики специальности;
- в осуществлении сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач в организациях АПК;
- в организации и проведении маркетинговых мероприятий в организациях АПК;
- в составлении и реализации маркетинговых планов и программ в организациях АПК;
- в анализе и интерпретации маркетинговых данных о социально-экономических процессах и явлениях, выявлении тенденций изменения социально-экономических показателей деятельности сельскохозяйственных организаций.

**V. Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модульной образовательной программы «Маркетинг в отраслях»**

Курс обучения	Семестр	Кол-во осваиваемых модулей	Количество изучаемых дисциплин		Количество кредитов КЗ					Всего в часах	ECT S	Кол-во	
			ОК	КВ	Теоретическое обучение	Учебная практика	Производственная практика	Итоговая аттестация	Всего			экз.	диф. зачет
1	1	2	3	4	19				19	810	28	7	1
	2	1	4	4	19	2			21	855	34	8	2
2	3	1	5	2	18				18	855	23	7	1
	4	1	2	4	18	2			21	870	27	6	2
3	5	1	1	7	18				18	810	29	8	
	6	1	2	6	19		3		22	1080	42	8	1
4	7	1	-	6	18				18	810	35	6	
	8	2	-	-	-		5	3	7	690	22	-	2
Всего		10	17	33	129	4	8	3	144	6780	240	50	9

## VI. УЧАСТИЕ РАБОТОДАТЕЛЕЙ В РАЗРАБОТКЕ МОПа

№ п/п	Полное наименование организаций-работодателей	Новые дисциплины, темы дисциплины МОП-а и КЭД-а
1	ТОО «Торғай», 2014-2017 годы, встречи, конференции, работа над КЭД и МОП, трудоустройство	<p><b>1. Маркетинг туризма. Тема:</b> 13. Маркетинговое управление качеством в туризме            14. Конкуренция и конкурентоспособность            15. Маркетинг международного туризма</p> <p><b>2. Оптово-розничная торговля. Темы:</b> 6. Организация торгово-технологических процессов в розничной торговой сети            7. Технология размещения и розничной продажи            8. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле            9. Устройство и технологическая планировка магазина</p> <p><b>3. Товароведение средств производства. Темы:</b>            2. Классификация и кодирование средств производства            3. Свойства и качество средств производства            4. Стандартизация и сертификация товаров</p> <p><b>4. Международный маркетинг. Темы:</b> 12. Товародвижение в международном маркетинге            13. Сбытовая политика на международных рынках            14. Международные средства коммуникации</p>
2	ТОО «Астана Лайнсервис»	<p><b>1. Этика бизнеса. Темы:</b> 4-5. Деловое общение и управление им            6-7. Вербальное и невербальное общение            8-9. Дистанционное общение и манипуляция в общении</p> <p><b>2. Маркетинг в АПК. Темы:</b> 6. Процесс развития и особенности агропромышленного комплекса            7. Маркетинговые исследования в агропромышленном комплексе            8. Управление качеством продукции сельского хозяйства            9. Продажа сельскохозяйственной продукции в экономических условиях</p> <p><b>3. Промышленный маркетинг. Темы:</b> 8. Сегментирование рынка Формирование и исследование спроса на промышленные товары            9. Маркетинг в области закупки промышленных товаров            10. Товарная политика и управление ассортиментом продукции на промышленных предприятиях</p>

## VII. Формуляры описания модулей

Название модуля	<b>Модуль 1. Профессиональные языки</b>
Ответственный за модуль	Кафедры казахского и русского языков и иностранного языка, маркетинг и сервис
Тип модуля	общий модуль
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	14
Количество часов в неделю	24 часов, из них 24 ч. аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	1,2
Количество обучающихся	12
Пререквизиты модуля	Школьный курс языковой подготовки, иностранный язык
Содержание модуля: 1. Казахский (русский) язык 2. Иностранный язык. 3. Профессиональный казахский (русский) язык 4. Профессионально-ориентированный иностранный язык	<p><b>1. Казахский (русский) язык:</b> Совершенствование языковой и коммуникативной компетенции на основе языка специальности. Описание грамматических форм с учетом: категориального значения, морфологического выражения и синтаксической роли. Функциональные стили современного языка: разговорный, научный, официально-деловой, публицистический, стиль художественной литературы. Научный стиль. Особенности научной речи. Коммуникативная компетенция: реальные ситуации и речевое поведение – аудирование, чтение, говорение, письмо; умения и навыки анализа и переработки текста; диалогический и монологический речи, научной и профессиональной речи.</p> <p><b>2. Иностранный язык:</b> Фонетические, орфографические, лексические, грамматические нормы изучаемого иностранного языка. Чтение: формирование навыков ознакомительного, поискового, изучающего и просмотрового чтения. Говорение: навыки диалогической и монологической речи в пределах, изучаемых тем. Письмо: развитие навыков последовательного изложения мыслей, рассуждений, а также информации при написании сочинений и писем личного и делового характера. Перевод текстов с иностранного языка на родной. Аудирование: восприятие на слух сообщений бытового, информационного и профессионального характера.</p> <p><b>3. Профессиональный казахский (русский) язык:</b> Литературный язык и нормы литературного языка. Лексические и грамматические нормы литературного языка. Стилистические, пунктуационные нормы литературного языка. Орфографические, орфоэпические нормы литературного языка. Монолог. Разговор. Описание. Диалог. Статьи научного характера и научный стиль. Публикационный стиль, профессиональные публикационные статьи. Деловые документации, документационный стиль. Деловые отношения. Основы культуры разговора.</p>

	<p>Дискуссия.</p> <p><b>4. Профессионально-ориентированный иностранный язык:</b> Экономика и бизнес. Маркетинг. Финансы, деньги. Мировая валютная система.</p>
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> грамматику, лексику и стилистику, связанную с письменной и устной профессиональной коммуникацией, правила речевого этикета в профессиональной сфере.</p> <p><i>Уметь:</i> вести беседу на иностранном языке в пределах изученной тематики; использовать знание иностранного языка в профессиональной деятельности: оформлять информацию в виде устного отчета; вести беседу по телефону, выступать на собраниях и заседаниях; делать сообщения на иностранном языке на темы, связанные с профессиональной деятельностью.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; владеть навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	5 семестра
Литература	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Қазақ тілі" оқу құралы, 2012, Төлеужанова Ж.М.</li> <li>2. Учебно-методический комплекс по "Английскому языку", Рустемова С.К., Хамзина З.Б. Лексика современного русского языка (курс лекций) учебное пособие / С.Ж. Байшукирова.- Актобе: РИО АГУ им. К.Жубанова, 2011.- 82с.</li> <li>3. Ақжанова А.К., Утегенова К.Б. Кәсіби қазақ тілі (экономика, бухгалтерлік есеп және аудит мамандықтарына арналған). Оқу құралы. – Алматы, 2010.</li> <li>4. Аванесян Ж.Г. Английский для экономистов. – М., 2011. – 312 с.</li> </ol>
Дата обновления	Май 2018 года
Название модуля	<b>Модуль 2. Общеобразовательный</b>
Тип модуля	общий модуль
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	10
Количество часов в неделю	30 часов, из них 10 ч. аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	1,2,4,5
Количество обучающихся	25

Пререквизиты модуля	Школьный курс основы права, информатика, философии, экологии, экономической теории и права
<p>Содержание модуля:</p> <p>1. Информационно-коммуникационные технологии</p> <p>2. Экология и основы безопасности жизнедеятельности</p> <p>3. Основы права и антикоррупционной культуры</p> <p>4. Политология и социология</p>	<p><b>1. Информационно-коммуникационные технологии.</b> Введение в современные информационные технологии. Компьютерная техника и программное обеспечение. Изучение операционных систем. Текстовые процессоры. Устройство и состав компьютерных сетей. Использование ресурсов компьютерных сетей. Мультимедийная цифровая техника. Программное обеспечение создания презентаций. Программное обеспечение создания публикаций. (Содержание дисциплин прописано в КЭДе).</p>
Результаты обучения	<p><b>1. Информационно-коммуникационные технологии</b> В результате освоения модуля обучающийся должен: <i>Знать:</i> современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; методологию математического, статистического анализа экономически значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, прогнозировать возможное их развитие в будущем; теоретические основы информатизации и интеллектуализации экономики; методы использования современных информационных технологий обработки экономических данных. <i>Уметь:</i> решать типовые экономико-математические, статистические задачи; рассчитывать на основе методик и нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; использовать математический язык, экономико-статистические методы при построении организационно-управленческих моделей; применять методы экономической математики, прикладной статистики для решения прикладных задач информатики и экономики. <i>Владеть:</i> современными математическими и количественными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками применения современного математического инструментария для решения задач экономики; навыками применения ИКТ в решении задач вычислительного характера в области профессиональной деятельности.</p> <p><b>2. Экология и основы безопасности жизнедеятельности.</b> В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>Знать:</i> особенности психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников; правила об охране здоровья индивидов и групп. <i>Уметь:</i> находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях; реализовывать интерактивные методы, психологические технологии, ориентированные на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп. <i>Владеть:</i> навыками реализации интерактивных методов, психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп.</p>

	<p><b>3. Основы права и антикоррупционной культуры</b>  В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; методологию математического, статистического анализа экономически значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, прогнозировать возможное их развитие в будущем; теоретические основы информатизации и интеллектуализации экономики; методы использования современных информационных технологий обработки экономических данных.</p> <p><i>Уметь:</i> решать типовые экономико-математические, статистические задачи; рассчитывать на основе методик и нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; использовать математический язык, экономико-статистические методы при построении организационно-управленческих моделей; применять методы экономической математики, прикладной статистики для решения прикладных задач информатики и экономики.</p> <p><i>Владеть:</i> современными математическими и количественными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками применения современного математического инструментария для решения задач экономики; навыками применения ИКТ в решении задач вычислительного характера в области профессиональной деятельности.</p> <p><b>3. Политология и социология.</b>  В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> терминологию и понятийный аппарат социологической и политической науки; социальный контекст и общественную, политическую значимость будущей профессии; основные социологические и политические теории, концепты и парадигмы.</p> <p><i>Уметь:</i> грамотно осуществлять коммуникацию, формулировать и высказывать свои мысли; научно обосновывать свою позицию, формулировать тезисы для участия в научных дискуссиях на профессиональные темы.</p> <p><i>Владеть:</i> культурой мышления и речи, основами профессионального и академического этикета; профессиональной лексикой.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	<b>1, 2 семестр</b>
Литература	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оспанов К.И. Основы права. Учебное пособие. - Алматы, 2010.</li> <li>2. Габдуалиев М.М, Жакупов Р. Основы казахстанского права. Учебное пособие. -Астана, 2013.</li> <li>3. Рогов А.И. Уголовное право Республики Казахстан. – Алматы, 2014.</li> <li>4. Павлова, Е. И. Общая экология: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. И.</li> </ol>



	<p>Павлова, В. К. Новиков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 190 с.</p> <p>5. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии. Учебник для СПО / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 383 с.</p> <p>6. Максименко Н.В. Основы антикоррупционной культуры. Учебное пособие. –Алматы,2006</p>
Дата обновления	Май 2018 года
Название модуля	<b>Модуль 3. Общественно-политический</b>
Ответственный за модуль	Кафедры истории Казахстана, философии
Тип модуля	общий модуль
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	6
Количество часов в неделю	10 часов, из них 10 ч. аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	1,4
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Школьный курс общественных дисциплин
<p>Содержание модуля:</p> <p>1. Современная история Казахстана.</p> <p>2. Философия.</p>	<p><b>1. Современная История Казахстана.</b> Образование казахской народности. Казахстан в новое время. Социально-экономическое и политическое развитие Казахстана в XIX начале XX века. Казахстан в новейшее время. Гражданская война. Образование Казахской Советской государственности. НЭП. Коллективизация сельского хозяйства, индустриализация: характер, темпы, масштабы. Казахстан в период Великой Отечественной войны и послевоенные годы. Политика перестройки в Казахстане (1985 – 1991 годы). Независимый Казахстан. Государственное строительство РК. Экономическое общественно – политическое, духовное развитие. Внешняя политика РК.</p> <p><b>2. Философия.</b> Философия, как феномен культуры. Философия в культурно историческом контексте</p> <p>Древнеиндийская, древнекитайская философии. Философия в античной и средневековой культуре. Арабско-мусульманская философия и исламская культура. Западноевропейская философия в культуре Нового Времени. Феномен философии в казахской культуре. Советская философия. Философия бытия. Социальная философия. Философия культуры, любви, религии, истории, политики, образования. Проблемы теории диалектики. Философия глобальных проблем. (Содержание дисциплин прописано в КЭДе).</p>
Результаты обучения	<p><b>1. Современная История Казахстана.</b></p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> важнейшие события современной истории Казахстана; этапы формирования казахской</p>

	<p>государственности; важные этапы становления суверенного и независимого Казахстана.</p> <p><i>Уметь:</i> соотносить общие явления и единичные исторические факты; анализировать и уметь оценивать значительные исторические события; объяснять их причинно-следственные связи; объяснять смысл и значение основных исторических понятий.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками работы с источниками, историографией, материалами периодических изданий и Интернета; подготовки и выступлений с презентациями; публичного выступления, ведения дискуссии и полемики.</p> <p><b>2. Философия.</b></p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные категории, принципы, законы, структуру и функции философии; основные этапы развития философской мысли и их общую характеристику; условия формирования личности, ее свободы, ответственности за сохранение жизни, природы, культуры.</p> <p><i>Уметь:</i> применять основные положения философских знаний в повседневной практической деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> законами, категориями, методами, принципами и основными положениями философского знания в своей деятельности.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	2 семестра
Литература	<p>1. Кан Г.В. История Казахстана: Учебник. – Алматы, 2016.</p> <p>2 Кравченко, А. И. Основы социологии и политологии: учебник для студентов вузов / А. И. Кравченко ; МГУ им. М.В.Ломоносова. - М.: ТК Велби: Проспект, 2006.</p> <p>3. Ивин, А. А. Основы философии: учебник для СПО / А. А. Ивин, И. П. Никитина. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 478 с.</p>
Ответственный за модуль	Кафедры истории Казахстана, экономическая теория и права, экологии
Название модуля	<b>Модуль 4. Статистико-математические методы в экономике</b>
Ответственный за модуль	кафедры математики, учет и аудит, менеджмент, маркетинг и сервис, финансы
Тип модуля	модуль специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	32
Количество часов в неделю	28 часов, из них 11 аудиторных
Форма обучения	Очное

Семестр	1,2,3,4,5,6
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Школьный курс математики, алгебра и геометрия, Эконометрика, Экономическая теория
Содержание модуля: 1. Математика в экономике 2. Экономика Казахстана 3. Финансы 4. Статистика 5. Бухгалтерский учет и аудит 6. Эконометрика 7. Экономический анализ 8. Налоги и налогообложение 9. Экономико-математическое моделирование	<p><b>1. Финансы.</b> Основы финансов. Организация и управление финансами. Государственные финансы. Налоги и налоговая система. Внебюджетные фонды. Денежно-кредитная политика государства. Национальный банк РК. Финансовые рынки и посредники. Банки второго уровня и пара банковские институты. Страхование и страховой рынок. Международные финансы. Финансы хозяйствующих субъектов и источники их финансирования. Доходы и расходы хозяйствующих субъектов. Личные финансы в системе домашних хозяйств. Государственные индикаторы уровня жизни населения.</p> <p><b>2. Бухгалтерский учет и аудит.</b> История становления бухгалтерского учета как науки. Бухгалтерский учет как информационная система. Функции бухгалтерского учета. Бухгалтерский баланс. Счета и двойная запись. Составление бухгалтерских проводок. Корреспонденция счетов. Первичное наблюдение - основа информационной системы бухгалтерского учета. Стоимостное измерение бухгалтерского учета. Формы бухгалтерского учета. Основы финансовой отчетности. (Содержание остальных дисциплин прописано в КЭДе).</p>
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; методологию математического, статистического анализа экономически значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, прогнозировать возможное их развитие в будущем; теоретические основы информатизации и интеллектуализации экономики; методы использования современных информационных технологий обработки экономических данных.</p> <p><i>Уметь:</i> решать типовые экономико-математические, статистические задачи; рассчитывать на основе методик и нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; использовать математический язык, экономико-статистические методы при построении организационно-управленческих моделей; применять методы экономической математики, прикладной статистики для решения прикладных задач информатики и экономики.</p> <p><i>Владеть:</i> современными математическими и количественными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками применения современного математического инструментария для решения задач экономики; навыками применения ИКТ в решении задач вычислительного характера в области профессиональной деятельности.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.

Продолжительность модуля	1,2,3,4,5
Литература	<p>1. Назарова В.Л., Волохова О.В. Бухгалтерский учет от первичного документа до отчетности: Учебное пособие: Алматы, Экономика. 2017 -232 с.</p> <p>2. Садиева А.С., Шахарова А.Е., Сагиндыкова Г.М. Бухгалтерский учет и аудит: Учебное пособие. Алматы, 2016. -384 с.</p> <p>3. Агеева, О. А. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник для академического бакалавриата / О. А. Агеева, А. Л. Ребизова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 385 с.</p> <p>4. Касенов С.Д. «Цены и ценообразование» Учебное пособие. Астана, 2010 г.</p> <p>5 Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. - М., 2009 г.</p>
Дата обновления	Май 2017 года
Название модуля	<b>Модуль 5. Менеджмент и маркетинг</b>
Ответственный за модуль	Кафедры: менеджмента, маркетинга и сервиса
Тип модуля	Модуль специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	6
Количество часов в неделю	18 часов, из них 6 аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	3,4
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Экономическая теория, Основы права
Содержание модуля 1. Менеджмент 2. Маркетинг	<p><b>1. Менеджмент.</b> Менеджмент — сложное, емкое и многогранное явление, охватывающее:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение человека добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей;</li> <li>• функции, виды деятельности, связанные с управлением людьми в организациях различных типов;</li> <li>• область человеческого знания, помогающую управлять;</li> <li>• определенную категорию людей (социальный слой), осуществляющих управление.</li> </ul> <p><b>2. Маркетинг.</b> Формирование у студентов четкого и полного представления и понимания о маркетинге как концепции управления в целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по производству товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих спрос потребителей, выбору эффективных каналов сбыта, установлению рыночных цен, выработке эффективной политики коммуникации, разработке маркетинговых программ и стратегий с применением различных методик оценки конкурентоспособности товаров и услуг.</p>

Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные теоретические положения менеджмента и маркетинга; их цели и задачи; общие принципы маркетинга в инновационной сфере; природу, принципы и методы управления; основы новой философии управления: формальной и неформальной систем управления.</p> <p><i>Уметь:</i> принимать маркетинговые управленческие решения; ориентироваться в связях между постоянно меняющимися особенностями потребителя и производителя; продукта и продавца; качества, себестоимости, цены; анализировать информацию, оценивать ситуации, разрабатывать и обосновывать варианты стратегических планирования, выбирать наиболее эффективные из них с позиций императивов управления, принимать управленческие решения по внедрению методов менеджмента.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования маркетинговых инструментов в хозяйственной деятельности коммерческих и некоммерческих предприятий; использования комплекса маркетинга в различных рыночных ситуациях; разработки и внедрения планов развития организации, эффективно согласовывать ресурсы с целями предприятия, а цели – с запросами потребителей; методами принятия и реализации управленческих решений по поводу разработки и внедрения их в организации; навыками межличностного общения при решении управленческих проблем менеджмента и маркетинга, в том числе навыками ведения дискуссии.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	2 семестра
Литература	<p>1. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Э. М. Коротков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 640 с.</p> <p>2. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 213 с.</p>
Дата обновления	Май 2018 года
Название модуля	<b>Модуль 6. Микро- и макроэкономический анализ</b>
Ответственный за модуль	Кафедра экономической теории и права
Тип модуля	Модуль специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	9
Количество часов в неделю	18 часов, из них 9 аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	1,2

Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Школьный курс экономики, микроэкономика
Содержание модуля 1. Экономическая теория 2. Микроэкономика 3. Макроэкономика	<p><b>1. Экономическая теория.</b> Предмет и методы изучения экономической теории. Основы общественного производства. Экономические системы. Формы общественного хозяйства. Отношения 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 система. Экономический рост. Мировая экономика.</p> <p><b>2. Микроэкономика.</b> Предмет и метод микроэкономики. Рыночный механизм регулирования экономики. Эластичность спроса и предложения. Влияние налогов. Теория поведения потребителя. Сравнительная статика и анализ спроса. Теория производства. Издержки производства. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Поведение фирмы-монополиста. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции и олигополии. Рынок труда. Рынок капитала и земли. Общее равновесие и экономическая эффективность. Внешние факторы и асимметрия информации. Общественные блага.</p> <p><b>3. Макроэкономика.</b> Предмет и метод макроэкономики. Макроэкономические показатели. Производство и распределение национального дохода. Экономический рост. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы, безработица, инфляция. Макроэкономические модели рыночного равновесия в краткосрочном и долгосрочном периодах: Модель AD-AS. Потребление и сбережения. Государственный бюджет. Фискальная политика. Спрос и предложение денег. Монетарная политика. Взаимодействие рынков. Модель IS-LM. Экономические циклы и государственный долг. Платежный баланс и валютные курсы. Модель IS-LM для открытой экономики. Режимы обменного курса и совокупный спрос. Международная торговля и торговая политика.</p>
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; методологию математического, статистического анализа экономически значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, прогнозировать возможное их развитие в будущем; теоретические основы информатизации и интеллектуализации экономики; методы использования современных информационных технологий обработки экономических данных.</p> <p><i>Уметь:</i> решать типовые экономико-математические, статистические задачи; рассчитывать на основе методик и нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; использовать математический язык, экономико-статистические методы при построении организационно-управленческих моделей; применять методы экономической математики, прикладной статистики для решения прикладных задач информатики и экономики.</p>

	<i>Владеть:</i> современными математическими и количественными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; навыками применения современного математического инструментария для решения задач экономики; навыками применения ИКТ в решении задач вычислительного характера в области профессиональной деятельности.
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	3 семестра
Литература	1. Экономическая теория: учебник для студентов вузов / Ред. И.П.Николаева; Г.М.Казиахмедов. - 3-е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 г. 2. Микроэкономика. В 2-х т. / В.М.Гальперин, С.М. Игнатъев, В.И.Моргунов. -СПб.: Экономическая школа, 2010.
Дата обновления	Май 2018 года
Название модуля	<b>Модуль 7. Организация бизнеса и отраслевой маркетинг</b>
Ответственный за модуль	Кафедры менеджмент, экономика
Тип модуля	Модуль специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	34
Количество часов в неделю	87 часа, из них 29 ч. аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	4,6,7
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Этика бизнеса, основы права и антикоррупционной культуры, экономическая теория
Содержание модуля	1. Деловые коммуникации 2. Предпринимательское право 3. Экономика предприятия 4. Предпринимательство 5. Товароведение средств производства 6. Оптово-розничная торговля 7. Коммерческий маркетинг 8. Маркетинг в АПК 9. Международная реклама 10. Маркетинг туризма

	<p>11. Международный маркетинг 12. Промышленный маркетинг</p> <p>(Содержание дисциплин прописано в КЭДе).</p>
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> закономерности функционирования современной экономики на микроуровне; сущность предпринимательской среды; различные способы создания предпринимательской организации; механизм осуществления предпринимательской деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; разрабатывать бизнес-план предприятия; определять стратегию открываемого бизнеса; оценивать конъюнктуру рынка; определять эффективность бизнеса.</p> <p><i>Владеть:</i> современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микроуровне; навыками разработки бизнес-плана предприятия; навыками компьютерного моделирования эффективного бизнеса и рационализации предпринимательской деятельности; навыками экономического обоснования возможности создания предприятия.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	5,6 семестр
Литература	<p>1. Боброва, О. С. Настольная книга предпринимателя: практ. пособие / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 330 с.</p> <p>2. Гончарова И.В., Розанова Т.П. и др. Маркетинг туризма</p> <p>3. Михалева, Е. П. Международный маркетинг: учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 213 с.</p>
Дата обновления	Май 2017 года
Название модуля	<b>Модуль 8. Рынок и современная маркетинговая концепция</b>
Ответственный за модуль	Математика в экономике, Этика бизнеса, стратегический маркетинг, коммерческий маркетинг, экономическая теория маркетинга и сервиса
Тип модуля	модуль по специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA



Количество кредитов	45
Количество часов в неделю	45 часов, из них 15 аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	4,5,6,7
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	Микроэкономика, Этика бизнеса, Деловые коммуникации, Экономика предприятия, Предпринимательство
Содержание модуля: 1. Логистика 2. Ценообразование 3. Сервис в торговле 4. Маркетинговые исследования 5. Управление маркетингом 6. Стратегический маркетинг 7. Брэндинг 8. Банковский маркетинг 9. Продовольственный маркетинг	<p><b>1. Маркетинговые исследования.</b> Сущность, значение, классификация, основные направления и принципы маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях: сущность, принципы и классификация, источники и виды анализа маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система и современные информационные технологии. Процесс маркетинговых исследований. Методы сбора первичной информации: опрос, наблюдение и эксперимент. Разработка плана исследования.</p> <p><b>2. Управление маркетингом.</b> Организационная структура маркетинга. Типовое положение о службе маркетинга на предприятии, его задачи, функции и права. Методы отбора, обучения и мотивации персонала службы маркетинга. Профессиональные требования и функциональные обязанности специалистов в области маркетинга. Система ППР. Управление товарной политикой. Управление ценовой политикой в маркетинге. Организация распределения продукции. Организация продвижения продукции, расчет эффективности методов продвижения. Планирование маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов. Классификация планов. Методы планирования (Содержание остальных дисциплин прописано в КЭДе).</p>
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p>Знать: Проведения маркетинговых исследований при изучении рынка. Приобретение практических навыков разрабатывать программы маркетинговой деятельности, планировать рекламные кампании, консультировать работников сельского хозяйства по вопросам маркетинга.</p> <p>Уметь: Способность сопоставлять и формировать выводы, выражать и обосновывать спрос и предложения товара на рынке.</p> <p>Иметь представление: В области общения налаживать отношения между субъектами рыночных отношений. В области обучения умение анализировать проблемы рынка и товара, а также заключение международных договоров о доступности товара на рынок. Приобретение теоретических знаний и условий.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому

	контролю.
Продолжительность модуля	3 семестра
Литература	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В.Д.Сербин Основы логистики. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.</li> <li>2. Д. В. Тюрин. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров, М.: Издательство Юрайт, 2013. — 342 с.</li> <li>3. Ивашкова Н.И.Управление маркетингом. М.: 2010. — 176 с.</li> <li>4. Панкратов Ф.Г., Баженов ЮЖ., Серегина Т.К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений, М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К0", 2003. -364 с.</li> <li>5. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.</li> </ol>
Дата обновления	Май 2017 года
Название модуля	<b>Модуль 8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</b>
Ответственный за модуль	Кафедра маркетинг и сервис
Тип модуля	модуль специальности
Уровень модуля (BA/MA/PhD)	BA
Количество кредитов	25
Количество часов в неделю	18 часов, из них 6 аудиторных
Форма обучения	Очное
Семестр	4,5,6,7
Количество обучающихся	25
Пререквизиты модуля	
Содержание модуля	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегический маркетинг</li> <li>2. Коммерческий маркетинг</li> <li>3. Маркетинг в АПК</li> <li>4. Банковский маркетинг</li> <li>5. Промышленный маркетинг</li> </ol> (Содержание дисциплин прописано в КЭДе).
Результаты обучения	<p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные понятия, принципы и инструменты современного маркетинга, современные подходы к каждому виду маркетинга, развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления, современная концепция маркетинга услуг и ее сущность, концепция маркетинга в туризме, маркетинговые технологии в индустрии туризма., инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма.</p>

	<p><i>Уметь:</i> анализировать полученную информацию для принятия управленческих решений; применять различные методы применения на конкретном предприятии или организации, методы планирования и контроля результатов деятельности, и с целью принятия корректирующих мер, принимать нестандартные решения в любой экстремальной обстановке, организовать и активировать трудовой коллектив</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа конкретных ситуаций, связанных с организационно-управленческой деятельности компании, определение места организационной структуре компании, выявления имеющихся проблем, формулировки рекомендаций, навыками необходимыми при нестандартных ситуациях принимать на себя управленческие обязанности.</p> <p>В результате освоения модуля обучающийся должен:</p> <p><i>Знать:</i> основные понятия, принципы и инструменты современного маркетинга, современные подходы к каждому виду маркетинга, развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления, современная концепция маркетинга услуг и ее сущность, концепция маркетинга в туризме, маркетинговые технологии в индустрии туризма., инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма.</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать полученную информацию для принятия управленческих решений; применять различные методы применения на конкретном предприятии или организации, методы планирования и контроля результатов деятельности, и с целью принятия корректирующих мер, принимать нестандартные решения в любой экстремальной обстановке, организовать и активировать трудовой коллектив</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа конкретных ситуаций, связанных с организационно-управленческой деятельности компании, определение места организационной структуре компании, выявления имеющихся проблем, формулировки рекомендаций, навыками необходимыми при нестандартных ситуациях принимать на себя управленческие обязанности.</p>
Форма итогового контроля	экзамен по каждому компоненту
Условия для получения кредитов	выполнение всех видов работ по каждому компоненту и положительная оценка по итоговому контролю.
Продолжительность модуля	3,4,6,7 семестр
Литература	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раис Фатхутдинов. Стратегический маркетинг, 2006</li> <li>2. Михалева, Е. П. Коммерческий маркетинг: учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 213 с.</li> <li>3. Синяева, И. М. Маркетинг в АПК: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с.</li> <li>4. Брижашева О. В. Банковский маркетинг: Учебное пособие/Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 170 с.</li> </ol>

	5. Багиев Г.Л., Назим Сайед-Мохамед, Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994. - 38с.
Дата обновления	Май 2018 года

Директор ДАВ

Зам. директора ДАВ - руководитель ОР

Начальник отд. УМО ДАВ

Декан факультета

Председатель методической комиссии факультета

Представитель работодателей

Заведующий кафедрой

Серекпаев Нурлан Амангельдинович

Алпыспаева Галия Айтпаевна

Альжаппарова Жумакуль Кабдульмаликовна

Исмаилова Алия Сабыржановна

Койтанова Алия Женисовна

Омирзаков Толеутай Казенович

Рустембаев Базархан Ергешович