

Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығы министрлігі
С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті

Университеттің Ғылыми
кенестік отырысында қарастырылды
Хаттама № 15
от « 31 » 05 2019 ж.

БЕКІТЕМІН



С.Сейфуллин атындағы
Қазақ агротехникалық
университетінің басқарма төрағасы

Күрішбаев А.К.
05 2019 ж.

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

«Тауарлар мен қызметтер нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару»
(бағдарлама атауы)

Білім саласындағы код және жіктелуі: 7М04 Бизнес, басқару және құқық

Дайындық бағыттарының коды мен жіктелуі: 7М041 Бизнес және басқару

Білім берудің халықаралық стандартты сыныптамасының коды: 0410

Біліктілігі: білім беру бағдарламасы бойынша экономика ғылымдарының магистрі
7М041 «Тауарлар мен қызметтер нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару»

Оқу мерзімі: 2 жыл

Нұр-Сұлтан, 2019

Авторлық ұжым:

1. Рустембаев Базархан Ергешович – э.ғ.д., профессор, «Маркетинг» кафедрасының меңгерушісі, С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті
2. Каскатаев Нурлан Мейрамбекович – э.ғ.к., «Маркетинг» кафедрасының доценті, С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті
3. Нуртаева Жанара Шаншаровна – э.ғ.м., «Маркетинг» кафедрасының аға оқытушысы, С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті
4. Муталляпова Шынар Елеусизовна – э.ғ.к., «Маркетинг» кафедрасының доценті, С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті
5. Дарипбаева Сайрагуль Жексенбаевна - «Маркетинг» кафедрасының аға оқытушысы, С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті
6. Дамбаулов Бейсенбай Бекишевич – директор, ТОО «Астана ЛайнСервис»

Авторлық ұжым «С.Сейфуллин атындағы ҚАТУ» АҚ бұйрығымен бекітілді

12.12.2018ж № 932-Н., 28.12.2018ж № 962-Н және 28.12.2018ж № 964-Н.

7М041 ««Тауарлар мен қызметтер нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару» білім беру бағдарламасы

«Маркетинг» кафедрасының отырысында қарастырылды

«28» наурыз 2019ж №8 хаттама

Факультеттің Кеңесінде мақұлданды

«19» сәуір 2019ж №8 хаттама.

Экономика факультетінің деканы м.а

Кафедра меңгерушісі

Айтхожин С.К.

Рустембаев Б.Е.

Мазмұны

№	Компонент атауы	Беттер
1.	Білім беру бағдарламасының паспорты	4
2.	Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы	5
3.	Түлектің құзыреттілік моделі (портреті)	6-8
4.	Кәсіптік практикадан өту базасы	8
5.	Білім беру бағдарламасының құрылымы	9
6.	1-қосымша. Академиялық күнтізбе	10
7.	2-қосымша. Жұмыс оқу жоспары	11-12
8.	3-қосымша. Міндетті және ЖОО компоненттерінің пәндерінің сипаттамасы	13-20
9.	4-қосымша. Таңдау компоненті пәндерінің сипаттамасы	21-23

1 Білім беру бағдарламасының паспорты

1.1 Білім беру бағдарламасының мақсаты: "Тауарлар мен қызметтер нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару" маркетингтік міндеттерді шешу саласындағы дербес қызметке мамандарды даярлау болып табылады.

Бағдарламаның міндеттері мыналар болып табылады:

- басқарушылық шешімдер қабылдау үшін ақпарат алу мақсатында ұлттық және халықаралық тауар нарықтарына кешенді зерттеулер жүргізуге бітірушілердің қатысуы және ұйымдастырылуы;

- тұтынушылардың тауарлар мен қызметтердің сапалық сипаттамаларына қойылатын талаптарын анықтау, тұтыну сұранысын қалыптастыру және сату көлемін болжау;

- ұлттық және халықаралық деңгейдегі кәсіпорын қызметінің жедел және стратегиялық жоспарларын әзірлеуге және экономикалық негіздеуге қатысу;

- әр түрлі салаларда және қызмет салаларында маркетингтік қызметті ұйымдастырудың қазіргі заманғы тәсілдерін ашу.

Білім беру бағдарламасының соңғы мақсаты – "тауар және қызмет көрсету нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару" білім беру бағдарламасы бойынша дайындық бағыты болашаққа нақты бағдарлануды болжайды, ол жұмыс берушілердің талаптарын қанағаттандыратын жеке және кәсіби қызметтегі табыстылықты есепке ала отырып, өз білімін құру мүмкіндігіне ие болады.

2 Білім беру бағдарламасының жалпы сипаттамасы (өзектілігі, ерекшеліктері, бәсекелестік артықшылықтары, бірегейлігі, стейкхолдерлер және т. б.)

"Тауарлар мен қызметтер нарығындағы маркетинг және брендтерді басқару" білім беру бағдарламасы жалпы мәдени, арнайы тілдік және кәсіби құзыреттерді қалыптастыратын оқытудың модульдік жүйесі негізінде жобаланған.

Маркетолог – бұл маман, міндеттеріне талдау және зерделеу, қалауларын, сұранысты сатып алушылардың және соның салдары ретінде, стратегиясын әзірлеу көмектеседі бәсекеге қабілеттілігін арттыруға-фирманың тауарларды арттыруға, оның тауар айналымы және пайда. Ол өндірушіге тұтынушының қажеттіліктерін түсінуге және қанағаттандыруға барынша көмектесетіндіктен, алға жылжитын өнімнің одан арғы табысы, танымалдығы мен сатылу деңгейі маркетологқа байланысты.

Маркетолог мамандығы зерттеумен және талдаумен айналысады, тұтыну нарығын, қызмет бәсекелестерін әзірлейді және іске асырады, өзінің маркетингтік стратегиясын фирма белсенді түрде ілгерілетеді және тауарлар мен қызметтерді сатады. Маркетолог алынған ақпаратты талдайды, қорытынды жасайды және оңтайлы шешімдер қабылдайды. Алынған нәтижелерге сүйене отырып, неғұрлым тиімді әдістер мен тәсілдері және технологиялары мақсатында толық және сапалы қанағаттандыру, сатып алушылардың қажеттіліктерін қамтамасыз ететін маркетинг кешенін әзірлейді.

Білім беру бағдарламасының артықшылықтары::

- дайындық қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде жүргізіледі;
- оқытудың интерактивті әдістерін қолдану (интерактивті дәрістер, кейс-стади, рөлдік және іскерлік ойындар, презентациялар және бизнес-жобалар);
- шет тілін тереңдетіп оқыту;
- жетекші компанияларда ғылыми-зерттеу тәжірибесінен өту;
- мамандарды жұмысқа орналастырудың жоғары пайызы.

"Тауарлар мен қызметтер нарықтарында маркетинг және брендтерді басқару" мамандығы бойынша магистрлік бағдарлама маркетинг, басқару, экономика және бизнестің заманауи теориялық және практикалық мәселелері туралы түсініктерді қалыптастыруға қабілетті жоғары білікті мамандарды даярлауға бағытталған.

Оқыту бағдарламасы маркетингтік міндеттерді тиімді шешетін, стандартты емес шешімдер қабылдауға қабілетті, компанияның бәсекеге қабілеттілігін, табысты және тұрақты дамуын қамтамасыз ететін мамандарды даярлауға бағытталған. Магистрлік бағдарлама білімді жаңартуға және кеңейтуге, өзінің кәсіби деңгейін арттыруға және қосымша аналитикалық және зерттеу құзыреттіліктерін алуға мүмкіндік береді.

Қазақстанда тауарлар мен қызметтер нарығының дамуын зерттеуге, жарнамаға, тауарлар мен қызметтерді нарыққа жылжыту стратегияларына және т.б. көп көңіл бөлінеді.

3 Бітірушінің құзыреттілік моделі (портреті)

3.1 Кәсіби қызмет саласы

Кәсіби қызмет саласы қамтиды:

- жоғары, жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру жүйесіндегі және ғылыми саладағы ғылыми-педагогикалық қызмет;
- ғылыми-зерттеу қызметі;
- маркетинг саласындағы менеджер, кеңесші, әкімшілік органдардың маманы, институттардың ғылыми қызметкері, зерттеу бағдарламалары, халықаралық ынтымақтастық бағдарламалары және т. б. ретіндегі өндірістік қызмет;
- экономикалық ғылымдар магистрінің алған дәрежесіне сәйкес ағартушылық, танымдық және жоспарлы қызмет.

3.2 Кәсіби қызмет түрлері

Кәсіби қызмет түрлері:

- сала бойынша білім беру ұйымдарында ғылыми, оқу-тәрбие процесін ұйымдастыру және өткізу;
- ғылыми-зерттеу қызметі;
- әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы және экономика салаларының кәсіпорындарындағы шаруашылық операцияларды есепке алу;
- эксперименттік-зерттеу қызметі;
- олардың қаржылық-экономикалық қатынастарын ұтымды ұйымдастыру;
- жеке және заңды тұлғалардың экономикалық мүдделері мен меншігін қорғауға жәрдемдесу.

3.3 Жалпы білім беру құзыреті

Түсіну:

- ғылыми таным методологиясы;
- ғылыми қызметті ұйымдастыру принциптері мен құрылымы;
- ғылыми нәтижелердің түрлері: бірлі-жарым факт, эмпирикалық жалпылау, модель, заң, теория және заңдылық;
- оқу үрдісінде магистранттардың танымдық іс-әрекетінің психологиясы.

Білу:

- алынған білімді ғылыми зерттеулер контекстінде идеяларды дамыту және қолдану үшін пайдалану;
- ғылыми-зерттеу және талдау жұмыстарының нәтижелерін жалпылау;
- зерттеу және басқару қызметін табысты жүзеге асыру;
- Педагогика және психология білімін өзінің педагогикалық қызметінде қолдану;
- жаңа проблемалар мен жағдайларды шешуде креативті ойлау және шығармашылықпен қарау.

Дағдысы болу:

- ғылыми-зерттеу қызметі, стандартты ғылыми міндеттерді шешу;
- кәсіби қарым-қатынас және мәдениетаралық коммуникация;
- қойылған міндеттерге сәйкес экономикалық деректерді өңдеу, алынған нәтижелерді негіздеу.

3.4 Базалық құзыреттер

Түсіну:

- халық шаруашылығы саласындағы негізгі оқу-жаттығулар;
- әр түрлі салаларда және қызмет салаларында маркетингтік қызметті ұйымдастыру ерекшеліктері;
- ерекшеліктері маркетинг кешенін кейбір қызмет салаларында;
- әр түрлі салалар мен қызмет салалары үшін маркетингтік зерттеулердің ерекшелігі;
- таңдалған сала немесе қызмет саласы кәсіпорнының тауарлық, баға, тарату және коммуникациялық саясатының ерекшеліктері;
- маркетингтік стратегияларды әзірлеу және қызмет салалары мен салаларында маркетингті басқару тәсілдері.
- халықаралық сауданы реттеу әдістері, Қазақстандағы валюталық реттеу және бақылау жүйесі.

Білу:

- жекелеген қызмет салаларында нақты практикалық міндеттерді шешу үшін классикалық маркетингтің теориялық ережелерін, идеяларын және әдістерін қолдану;
- ішкі және сыртқы ортаны талдау негізінде кәсіпорынның нарықтағы ұстанымдарын жақсарту перспективасы туралы тиімді шешімдер қабылдау;
- қолданбалы есептерді шешу үшін заманауи маркетингтің негізгі теорияларын қолдану;
- нақты қызмет саласындағы нарық конъюнктурасына сүйене отырып фирманың оңтайлы стратегиясын таңдау үшін алынған білімді қолдану.

менгеру:

- қоғамның дамуы, мәдениеттердің, өркениеттердің алуан түрлілігі, әлеуметтік тәжірибе нысандары, дүниежүзілік тарихи үдерістегі Қазақстанның орны туралы білім;
- нарықтық жағдайды бағалаудың қазіргі заманғы әдістерімен;
- нарықтық кеңістіктегі кәсіпорынның жағдайын ситуациялық талдаудың негізгі әдістері, қызметтің жекелеген салалары мен салаларында маркетингті пайдаланудың ерекше ерекшеліктері мен мақсаттарына қатысты;
- әр түрлі салалық нарықтарда кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасын талдау дағдысы;
- қолданбалы маркетингтік міндеттерді шешу үшін ақпараттық технологиялар.
- халықаралық коммерциялық мәмілелерді жүзеге асыру, сатып алу-сату және жүргізу келісім-шартын жасасу тәжірибесі.

3.5 Кәсіби құзыреттер

есептік-экономикалық қызмет: ұйымдардың шаруашылық өмірінің фактілерін көрсету үшін бастапқы деректерді жинау, өңдеу және дайындау; маркетингтік саладағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметін сипаттайтын экономикалық және әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштердің есебін жүргізу үшін бастапқы деректерді дайындау.

бақылау: шаруашылық жүргізуші субъектілердің маркетингтік есептілігін оның көрсеткіштерінің дұрыстығын және олардың қызметінің қолданыстағы заңнаманың ережелеріне сәйкестігін анықтау мақсатында тексеру; барлық меншік нысанындағы

ұйымдардың және оның объектілерінің Қаржы-шаруашылық қызметіне ревизия жүргізуге қатысу.

аналитикалық және ғылыми-зерттеу: нақты экономикалық есептерді жүргізу үшін қажетті деректерді жинау және талдау; экономикалық деректер массивтерін өңдеу, алынған нәтижелерді талдау, бағалау, түсіндіру және қорытындыларды негіздеу; статистикалық зерттеулер, сауалнамалар, сауалнама жүргізу және олардың нәтижелерін бастапқы өңдеу; кәсіби қызмет саласындағы жобалық шешімдерді әзірлеуге, әзірленген жобалар мен бағдарламаларды іске асыру бойынша ұсыныстар мен іс-шараларды дайындауға қатысу; шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметін талдау.

ұйымдастыру-басқару қызметі өндірістік-өткізу және ғылыми-техникалық қызметке қатысу арқылы бакалаврлар шаруашылық субъектілерінің маркетингтік мүмкіндіктері мен ортасын зерттейді, маркетингтік зерттеулер жүргізеді, мақсатты сегментті іріктейді, тұтынушылардың сұранысын болжайды және таңдалған сегментке арналған тауарларды жайғастырады, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және пайда алуға бағытталған тауарды, бағаны, өткізу мен коммуникацияларды басқару саласындағы саясатты әзірлейді, маркетингтің стратегиялық және ағымдағы жоспарларын әзірлейді және олардың орындалуын бақылайды.

педагогикалық қызметі: орта кәсіптік білім беру, жалпы орта білім беру, қосымша білім беру ұйымдарында экономикалық пәндерді оқыту.

4 Кәсіби практикадан өту базасы (практиканың барлық түрлері)

Ғылыми-зерттеу тәжірибесі "Астана ЛайнСервис" ЖШС, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Экономикалық зерттеулер институты, "Қазагромаркетинг" АҚ және т. б.

5 Ғылыми-педагогикалық бағыт бойынша магистратураның білім беру бағдарламасының құрылымы

№	Пәндер циклдерінің және қызмет түрлерінің атауы	Жалпы еңбек сыйымдылығы	
		Академиялық сағаттарда	Академиялық кредиттерде
1	2	3	4
1	Теориялық оқыту	1920	64
1.1	Базалық пәндер циклі (БП)	1050	35
1)	ЖОО компоненті (ЖК)	600	20
	Ғылым тарихы мен философиясы	150	5
	Шет тілі (кәсіби)	150	5
	Жоғары мектеп педагогикасы	90	3
	Басқару психологиясы	150	5
	Педагогикалық тәжірибе	60	2
2)	Таңдау бойынша компонент (ТК)	450	15
	Интерактивті маркетинг	150	5
	Сапа және бәсекеге қабілеттілік	150	5
	Маркетингтік логистика	120	4
1.2	Кәсіптік пәндер циклі (КП)	1470	49
1)	ЖОО компоненті (ЖК)		
	Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау	150	5
	Қоғаммен байланыс технологиясы	180	6
	Директ-маркетинг	150	5
	Сауда қызметіндегі маркетинг	210	7
	Маркетинг-менеджмент	150	5
2)	Таңдау бойынша компонент (ТК)		
	Ауыл шаруашылығындағы кәсіпорындардың маркетингі	150	5
	Маркетингтік зерттеулердегі математикалық әдістер	150	5
3)	Зерттеу тәжірибесі	360	12
2	Ғылыми-зерттеу жұмысы	720	24
1)	Магистранттың ғылыми-зерттеу жұмысы, оның ішінде тағылымдамадан өту және магистрлік диссертацияны орындау (МҒЗЖ)	720	24
3	Оқытудың қосымша түрлері (ОҚТ)		
4	Қорытынды аттестаттау (ҚА)	360	12
1)	Магистрлік диссертацияны рәсімдеу және қорғау (МДРЖК)	360	12
	Барлығы	3600	120

Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығы министрілігі
С. Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті

БЕКІТЕНДІ
 Академиялық мәселелер жөніндегі Департамент директоры _____
 _____ 2019 ж.

2019-2020 жылдарға арналған академиялық күнтізбе
 6M051100 - "Маркетинг" мамандығы

Дайындау бағыты: ғылым-педагогикалық; "Халық шаруашылығындағы маркетинг"
Дереккөзі: Экономика ғылымдарының магистрі 6M051100 - "Маркетинг"
Оқу мерзімі: 2 жыл
Оқу түрі: күндізгі

Күнтізбе	Қыркүйек	Қазан	Қараша	Желтоқсан	Қытай	Ақпан	Наурыз	Сәуір	Мамыр	Маусым	Шілде	Тамыз
1	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
2	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
3	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3
4	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
6	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
7	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
8	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
9	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
10	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
11	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
12	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
13	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
14	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
15	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
16	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
17	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
18	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
19	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
21	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
22	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
23	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
24	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
26	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
27	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
28	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
29	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
31	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
32	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
33	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
34	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
35	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
36	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
37	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
38	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
39	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
40	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
41	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
42	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
43	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
44	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
45	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
46	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
47	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
48	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
49	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
50	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
51	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
52	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
53	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
54	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
55	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
56	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
57	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
58	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
59	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
60	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
61	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
62	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
63	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
64	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
65	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
66	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
67	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
68	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
69	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
70	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
71	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
72	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
73	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
74	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
75	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
76	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
77	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
78	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
79	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
80	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
81	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
82	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
83	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
84	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
85	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
86	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
87	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
88	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
89	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
90	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
91	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
92	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
93	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
94	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
95	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
96	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
97	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
98	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
99	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
100	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
101	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
102	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
103	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
104	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
105	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
106	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
107	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
108	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
109	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
110	14	15	16	17	18	19	20	21	22			

3-қосымша Міндетті және ЖОО компоненттерінің пәндерінің сипаттамасы

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Шет тілі (Кәсіби)
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	A1, A2, B1 деңгейі
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кәсіби (экономикалық) іс-әрекет барысында шет тілді мәтіндермен жұмыс істеу үшін қажетті көлемде лексика-грамматикалық минимум; - оқытылатын тіл елінің шынайылығы <p>Білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кәсіби бағыттағы шет тілді мәтіндерді оқу және аудару; - қойылған мақсатқа сәйкес қабылдау және өңдеу <p>кәсіби қарым-қатынас саласы (радио және телехабарлар, фоно-және бейнежазбалар) шеңберіндегі баспа, аудиовизуалды, дереккөздерден алынған ағылшын тіліндегі әртүрлі ақпарат);</p> <ul style="list-style-type: none"> - қарым-қатынастың кәсіби саласы шеңберінде ағылшын тілінен орыс тіліне және орыс тілінен ағылшын тіліне әр түрлі күрделіліктегі мәтіндердің сөздікпен жазбаша аудармасын орындау. <p>Менгеру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - шет тілінде өткен тақырыптар шеңберінде кәсіби қарым-қатынастың қажетті дағдылары; - ағылшын тілінде әңгіме жүргізу, пікірталасқа қатысу, іскерлік және кәсіби қарым-қатынас аясында көпшілік алдында сөз сөйлеу; - ауызша және жазбаша ағылшын тіліндегі баспа материалдарын іскерлік және кәсіби қарым-қатынас саласы шеңберінде рефераттау; - мамандыққа байланысты сұрақтар мен мәселелерді ағылшын тілінде жазбаша түрде баяндау.
6. Курс авторы	«Шет тілдер» кафедрасы
7. Әдебиет	<p>1. Аванесян Ж.Г. Английский язык для экономистов: учебное пособие/Аванесян Ж.Г. –9-е изд. , стер. М.: Омега-Л, 2014.</p> <p>2. Агабекян И.П. Английский язык для менеджеров: учебное пособие/И.П. Агабекян. –(Высшее образование). –Ростов н/Д.: Феникс, 2014.</p> <p>3. Акопян А.А. Англо-русский словарь/Травкина А. Д. –(справочное издание). –Москва: Проспект, 2013.</p> <p>4. Винокуров А. М. Англо-русский и русско-английский словарь./А.М. Винокуров. –М.: Мартин, 2013.</p> <p>5. Вся грамматика английского языка: учебное пособие/Поль Ларрейя и др. ; пер. на рус. Кутуминой О. А. –М.: АСТ, 2013.</p> <p>6. Гарагуля С.И. Английский язык для делового/С. И. Гарагуля. Ростов н/Д: Феникс, 2014</p> <p>7. Гарбузова Т.М. Практическая грамматика. Все о временах в английском языке: книга/Т. М. Гарбузова. Ростов н/Д: Феникс, 2014.</p> <p>8. Деловое общение по-английски: резюме, переписка, переговоры: учебное пособие/И.М. Овчинникова; В.А. Лебедева. –М.: Университетская книга, 2014</p>
8. Пәннің мазмұны:	Ауызша сөйлеу ерекшелігі және айтылу нормалары: ағылшын тілінің орфоэпиялық нормасы. Мәтіннің семантикалық, құрылымдық және коммуникативтік тұтастығы, оның бірліктері. Ғылыми стиль жанрының лексика-грамматикалық ерекшеліктері және ауызша және жазбаша түрлерде баяндау. Танысу оқу дағдылары. Жеке емес етістік нысандарымен конструкциялау. Экономиканың негізгі салаларының шет

	тілді терминологиясы. Құрылымдар мен жүйелерді, дефиницияларды, аргументацияларды сипаттаудың тілдік модельдері. Ағылшын тіліндегі сылтаулардың көптүрлілігі. Мамандық бойынша ауысумен жұмыс жасау. Ағылшын тіліндегі сылтаулардың көптүрлілігі. Мамандық бойынша аудармамен жұмыс жасау.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Ғылым тарихы мен философиясы
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Әлеуметтану, саясаттану, мәдениеттану, психология, Қазіргі Қазақстан тарихы.
4. Постреквизиттер:	Ғылым тарихы мен философиясы, қазіргі қоғамның философиясы
5. Құзыреттер:	Сананың ашықтығын, жеке ұлттық код пен ұлттық сана-сезімді түсінуді, рухани жаңғыртуды, бәсекеге қабілеттілікті, реализм мен прагматизмді, тәуелсіз сын тұрғысынан ойлауды, білім мен білімге табынуды қалыптастыру.
6. Курс авторы	Философия кафедрасы
7. Негізгі әдебиет	1. Петрова В.Ф., Хасанов М.Ш. «Философия». – Алматы: Эверо, 2014. 2. Бертран Р. «История западной философии» – М.: Издатель Litres, 2018. – 1195 с. 3. Kenny A.«New History of Western Philosophy». Volume 1-4. – Oxford University Press, 2006 - 2010. (Кэнни Эй. «Нью хистори оф Вестерн философи». Волум 1-4 – Оксфорд юниверсити пресс, 2006-2010)
8. Пәннің мазмұны	Философияның пайда болуы және дамуы. Әлемнің философиялық түсінігінің негіздері. Таным, сезім және тіл. Болмыс. Онтология және метафизика. Адам философиясы және құндылық әлемі. "Мәңгілік Ел" және "Рухани жаңғыру" - жаңа Қазақстанның философиясы.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Жоғарғы мектеп педагогикасы
2. Кредит саны	3 (ғыл-пед.)
3. Пререквизиттер:	Философия, Әлеуметтану, Жалпы педагогика, Жалпы психология
4. Постреквизиттер:	Педагогикалық практика. Жоғары кәсіптік білім беру оқытушысы қызметін жүзеге асыру және педагогикалық процесті басқару.
5. Құзыреттер:	"Жоғары мектеп педагогикасы" пәнін оқу нәтижесінде магистрант: - педагогикалық ғылымның өзекті мәселелері; ЖОО оқытушысының педагогикалық қызметінің мәні; - педагогикалық теориялардың заңдылықтарына сүйене отырып, қоршаған болмыстан педагогикалық фактілерді, құбылыстарды, оқиғаларды бөліп алуды және оларды педагогикалық ғылым тілінде сипаттауды; оқыту мен тәрбиелеудің жаңа тұжырымдамаларына сүйене отырып, оқу-тәрбие процесін құрастыруды меңгереді. Құзыретті болады: оқыту және жоғары педагогикалық білім беру мәселелерін шешуде және оның одан әрі даму перспективаларын шешуде; жоғары оқу орындарында тиімді оқыту технологияларын қолдану мәселелерінде; өзекті психологиялық - педагогикалық мәселелерді шешуде, қол жеткізілген нәтижелерді бағалауда. "Педагогикалық практика" нәтижесінде магистрант: кафедраның оқу, ғылыми, оқу-әдістемелік, ұйымдастыру жұмыстарын біледі және педагогикалық жұмыс үшін қажетті құжаттарды жасай алады. Кураторлық жұмысты біледі және ЖОО-да тәрбие жұмысын жоспарлай, ұйымдастыра және жүргізе алады. Оқыту нысандары бойынша (лекциялар, семинарлар, практикалық сабақтар) мазмұнын қалыптастыра

	алады. Дәрістік, семинарлық, зертханалық сабақтар өткізуге құзыретті болады.
6. Курс авторы	Кәсіптік оқыту кафедрасы (Сағалиева Ж.К., Жусупова А. А., Шахматова Д. С., Сейлхан Г. И.)
7. Негізгі әдебиет	1. Завада Г. В., Бушмина О. В. Педагогика высшей школы: Учеб. пособие. – Казань: КГЭУ, 2008. 2. Кузнецов И. Н. Настольная книга практикующего педагога: Учеб. пособие. – М.: Гросс Медиа: РОСБУХ, 2008. 3. Есекешова М. Д., Сағалиева Ж.К. Педагогика высшей школы: Учеб. пособие. – Астана: издательство Фолиант, 2018.
8. Пәннің және педагогикалық практиканың мазмұны	<p>Жоғары мектеп педагогикасының негіздері. Жоғары мектеп педагогикасының пәні мен міндеттері. Жоғары мектептегі педагогикалық зерттеулердің әдістемесі мен әдістері. Жоғары мектептегі тәрбие процесі. Тәрбие мақсаты педагогикалық мәселе ретінде. Кураторлық. Оқу тобы-педагогикалық процестің объектісі және субъектісі ретінде. Жоғары мектеп дидактикасы. Жоғары мектептегі педагогикалық процесс. Оқыту заңдары, заңдылықтары және принциптері. Жоғары мектептегі оқыту әдістері, формалары мен құралдары. ҚР жоғары білім берудің қазіргі жағдайы. Жоғары мектеп оқытушысының кәсіби қалыптасуы.</p> <p>Педагогикалық практика мерзімі — аптасына 1 Күн (6 сағат), барлығы - 60 сағат (2 кредит).</p> <p>1-3 апта- "оқу-таныстыру". Кафедраның оқу, ғылыми, оқу-әдістемелік, ұйымдастыру жұмыстарымен танысу және педагогикалық қызметке қажетті құжаттарды әзірлеу әдістемелерін меңгеру.</p> <p>4-6 апта - "тәрбие жұмысы". Куратордың негізгі міндеттерімен және топта тәрбие жұмысын ұйымдастыру ерекшеліктерімен танысу. Кураторлық топта тәрбие жұмысын жоспарлау, ұйымдастыру және өткізу.</p> <p>7-10 апта - "оқу жұмысы". Оқытудың әдістері мен технологиялары бойынша оқыту нысандары бойынша (дәрістер, семинарлар, практикалық сабақтар) сабақ мазмұнын қалыптастыру. Оқу процесіне дайындық. Көрнекі құралдар, тест тапсырмаларын дайындау. Сынақ дәрістік, семинарлық, практикалық сабақтар өткізу.</p>

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Басқару психологиясы
2. Кредит саны	5 (ғыл-пед.), 2 (бейіндік)
3. Пререквизиттер:	Философия, Әлеуметтану, Жалпы психология, Жоғарғы мектеп психологиясы
4. Постреквизиттер:	Педагогикалық практика, ғылыми-зерттеу практикасы. Басқару қызметін психологиялық сүйемелдеу; маркетинг қызметіндегі функционалдық жағдайлармен жұмыс істеу әдістері
5. Құзыреттер:	<p>Пәнді меңгеру нәтижесінде магистрант:</p> <p>Білуі керек:</p> <ul style="list-style-type: none"> -басқару қызметінің құрылымы мен әлеуметтік-психологиялық мазмұны; -менеджмент функциялары; -басшы тұлғасының психологиялық ерекшеліктері; -ұйымдастырушылық мақсаттарға қол жеткізу бойынша бірлескен қызметтің психологиялық заңдылықтары; - басқарушылық есептерді шешудің негізгі тәсілдері және оларды нақты әрекет ететін өндірістік құрылымдар жағдайында шешу ережелері; -менеджер қызметіндегі функционалдық жағдайлармен жұмыс істеу әдістері; - басқару процестерін оңтайландыру

	<p>Меңгеруі керек: пәнді оқу кезінде алған білімдерін қолдануды; психологиялық түсініктерді еркін пайдалануды; басқару психологтар мен топтық процестер саласындағы құбылыстарды түсіндіруде психологиялық білімдерді қолдануды; оның психологиялық тиімділігін қамтамасыз ету тұрғысынан менеджердің кәсіби қызметін талдауды жүзеге асыруды; басқару персоналының кәсібилігін, менеджер тұлғасын дамытуға және басқару жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталған әдістерді, тәсілдерді қолдануды.</p> <p>Меңгеруі керек:</p> <ul style="list-style-type: none"> - менеджердің кәсіби қызметін, еңбек саласындағы құбылыстарды және ұйымдастырушылық мақсаттарға қол жеткізу бойынша бірлескен іс-әрекетті психологиялық талдаудың кәсіби іскерліктері; - басқару қызметін психологиялық сүйемелдеудің практикалық іскерліктері; - менеджер қызметіндегі функционалдық жай-күйлермен жұмыс істеу әдістері; - басқарушы персоналдың кәсібилігін арттыруға және ұжымды басқаруға бағытталған дамытушы технологияларды қолдану дағдылары. <p>Өзінің кәсіби қызметі саласында ұжымды басқаруға дайын болу, әлеуметтік, этикалық, конфессиялық және мәдени айырмашылықтарды толерантты қабылдай отырып, құзыретті болу.</p>
6. Курс авторы	Жусупова А.А., Сағалиева Ж.К., Шахметова Д.С., Сейлхан Г.И.
7. Негізгі әдебиет	<p>1. Столяренко А.Д. «Психология управления» Ростов – на – Дону «Феникс» 2007.</p> <p>2. Столяренко А.Д. «Психология делового общения и управления» Ростов – на – Дону «Феникс» 2008.</p> <p>3. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. «Управленческая психология» Москва ИД «Форум» - Инфра – М 2007.</p> <p>4. Немов Р.С. «Психология» Москва изд.центр «Владос» 2010.</p>
8. Пәннің мазмұны	Ғылыми білім жүйесіндегі басқару психологиясы. Басқару жүйесін зерттеудің негізгі тәсілдері. Басшының жеке кәсіби тұжырымдамасы. Басқарушылық өзара іс-қимыл басқару қызметінің аспектісі ретінде. Басқару қызметінің аспектісі ретінде шешім қабылдау процесі. Негізгі басқару функцияларын жүзеге асырудың психологиялық ерекшеліктері. Басқарушылық қызмет субъектісінің психологиясы.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:

Пән атауы	Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Маркетинг-менеджмент, Басқару психологиясы
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетингтегі стратегиялық жоспарлаудың логикалық, ұйымдастырушылық және әдіснамалық негіздері <p>Білу</p> <ul style="list-style-type: none"> - ұйымда стратегиялық жоспарлау процестерін құру <p>Меңгеру</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегиялық жоспарларды әзірлеу кезінде болжау, жоспарлау және басқару әдістерін. - ұйымдағы өзгерістерді басқару технологияларын.
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	<p>Томпсон Р., Стрикленд С. Стратегический менеджмент. – М.: ЮНИТИ, 1998.</p> <p>Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – М., ЮНИТИ, 1999.</p>
8. Пәннің мазмұны:	Корпоративтік, функционалдық және аспаптық деңгейлерде маркетингтік

	процесті стратегиялық жоспарлау. Маркетингті жоспарлау және бюджеттеу. Маркетингтік стратегияны іске асыру. Компанияның ұйымдық құрылымының стратегияларды іске асыруға әсері. Стратегиялық маркетинг жүйесіндегі бағалау және бақылау.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Қоғаммен байланыс технологиясы
2. Кредит саны	6
3. Пререквизиттер:	Сапа және бәсекеге қабілеттілік, Маркетинг-менеджмент
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	түсіну - қоғаммен байланыстың қазіргі заманғы теориясының негіздері; - PR-қызметті талдау және модельдеу әдістері; - қоғаммен байланыс қызметінің отандық және шетелдік жұмыс тәжірибесі білу - PR саласында болып жатқан өзгерістерді талдау және дұрыс түсіндіру - стандартты PR-технологияларды, тәсілдерді қолдану және жаңаларын жасау меңгеру - ұжыммен жұмыс технологияларымен
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	1. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. – М., 2011. 2. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2005. Белов А. Теория и практика связей с общественностью: Учебное пособие. - СПб., 2005.
8. Пәннің мазмұны	Басқарудың кіші жүйесі ретінде бұқаралық коммуникация мәселелері. Бұқаралық коммуникация теориясы және қазіргі қоғамдағы "қоғаммен байланыс" рөлі. Қоғаммен байланыс саласындағы қызметті құқықтық және этикалық қамтамасыз ету. Қоғаммен байланыстағы имидж ұғымы және коммуникативтік функциялары. Жарнама және медиа жоспарлау. Мемлекеттік құрылымдарда қоғаммен байланыс. Коммерциялық емес ұйымдардағы PR. Инвестиция тартудағы PR-технологиялар. PR бойынша базалық құжаттар.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Маркетингтік логистика
2. Кредит саны	4
3. Пререквизиттер:	Сауда қызметіндегі маркетинг
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	түсіну: - маркетингтік логистиканың негізгі ұғымдары мен тұжырымдамалары; - маркетингтік логистиканың әдістері мен құралдары білу: - өнімді тарату арналары жүйесіне талдау жүргізу; - дистрибуция стратегиясын әзірлеу; - делдалдарды таңдау меңгеру: - электрондық контентті цифрлық дистрибуцияның әдістері мен құралдары
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	1. Аникин, Б.А. Коммерческая логистика: учебник/Б.А. Аникин, А.П. Тяпунин. – М.: Вэлби, Проспект, 2006. 2. Анисимов, В.П. Логистика. Ответы на экзаменационные вопросы:

	Учебное пособие для вузов/В.П. Анисимов, М.В. Снежинская. – М.: Изд-во «Экзамен», 2006.
8. Пәннің мазмұны	Маркетингтік логистика ұғымының мәні. Логистика мен маркетингтің өзара байланысы. Фирманың өндірістік қызметінде маркетинг және логистика функцияларын бөлу. Маркетинг логистикасының мазмұны. Жеткізілімдерді орындау-маркетинг логистикасынан қайтару. Өндірісті басқаруға маркетингтік және өткізу тәсілі. Маркетингтік логистикалық тұжырымдама. Маркетинг логистикалық жүйелерді жобалау, қалыптастыру және оңтайландыру негізі ретінде. Маркетингтік стратегияларды жүзеге асыру кезіндегі логистика қызметінің негізгі бағыттары. Жеткізудің интеграцияланған тізбектеріндегі ақпараттық ағындарды үйлестіру және жедел басқару. Маркетинг пен дистрибуцияның электрондық арналары. Логистиканың өндіріспен, маркетингпен және қаржыландырумен өзара іс-қимылы. Логистика және маркетинг өзара іс-қимыл салалары. Бөлу логистикасындағы өзара әрекеттесу және үйлестіру ерекшеліктері. Логистикалық сервистегі өзара іс-қимыл.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Директ-маркетинг
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Маркетинг-менеджмент, Қоғаммен байланыс технологиясы
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	Түсіну -негізгі экономикалық категориялар және оларды анықтау тәсілдері; - қазіргі заманғы заңнама, кәсіпорынның маркетингтік коммуникативтік қызметін әзірлеу үшін нормативтік-құқықтық база - маркетингтік талдау және кәсіпорын қызметін болжау үшін жарамды статистикалық және басқа да математикалық әдістер; Білу - өз жұмысында заңнамалық және нормативтік базаны пайдалану; - кәсіпорынның маркетингтік және коммуникативтік қызметі туралы статистикалық және ақпаратты жинауды, өңдеуді және жинақтауды ұйымдастыру; - кәсіпорын қызметін жоспарлау мен талдаудың экономикалық-статистикалық және басқа да әдістерін қолдану - аналитикалық және зерттеу міндеттерін шешу үшін заманауи техникалық құралдар мен ақпараттық технологияларды пайдалану. Меңгеру - қолданыстағы заңдармен және нормативтік құжаттармен; - ақпаратты жинау, өңдеу және талдау дағдылары.
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	1. В.В. Салий, А.В. Наумова. Директ-маркетинг в среде тотальной коммуникации./Энциклопедия маркетинга: - 31.05.2010. 2. Ю. Фуколова. Директ-маркетинг подводит покупателя к товару./Институт проблем предпринимательства. - 20.04.2006. 3. Direct marketing hiring expected to rebound in Q1./BtoBOnline. - 20.01.2011.
8. Пәннің мазмұны:	Кәсіпорындағы маркетинг директорларының негізгі функциялары. Маркетинг маркетинг маркетингтің бір бөлігі ретінде. Директ-маркетинг іс-шараларын жоспарлау. ДМ-коммуникацияларды тарату арналарының мәні, мақсаттары мен міндеттері. Серіктестік қарым-қатынастар маркетингі маңызының өсуі. Клиенттің дербес деректері-маркетинг директорларының жұмыс істеу негізі. Сатып алушылардың мінез-

	<p>құлқының мәліметтер базасы, олардың әлеуметтік психологиялық сипаттамалары. Деректер қорын толықтыру және өзектендіру. Кәсіпорынның деректер қорын қорғау. Тарату директорларының мәні, мақсаттары, міндеттері. Тарату директорларының түрлері. Әр түрдің артықшылықтары мен кемшіліктері, қолдану механикасы. Тұтынушыға нақты тауарлар (қызметтер) туралы тиімді жарнамалық жолдаудың (хаттардың) сипаттамасы. Жарнамалық жолдауды жасауға қойылатын талаптар және оларды шешу жолдары. Тұтынушыға жарнамалық мәтіннің психологиялық әсерінің құрылымы мен механизмі. Жарнамалық мәтіннің құрылымдық элементтеріне қойылатын талаптар: мазмұны мен тақырыптарына, иллюстрациялар мен слоганға, иллюстрациялар астындағы қолдарға қойылатын талаптар. Қатынас стилі мен тілінің сипаттамасы. Жарнамалық жолдаудың (пошталық тарату) идеясы, тақырыбы және негізгі мәтіні. Жарнамалық хабарламадағы графикалық ерекшеліктер және экспрессивті құралдар.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Сауда қызметіндегі маркетинг
2. Кредит саны	7
3. Пререквизиттер:	Сапа және бәсекеге қабілеттілік
4. Постреквизиттер:	Маркетинг-менеджмент, диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну: брендингтің негізгі ұғымдарын; - брендті қалыптастыру және оны басқару бойынша қызметтің ерекшелігін; - брендинг моделін, брендингтің коммуникациялық моделін; - бренд құрылымын; брендтің типологиясын</p> <p>Білу: тауарды талдау, оның артықшылықтарын бөлу; бәсекелестік талдау деректерін талдау; SWOT-талдау жүргізу; Қолданыстағы брендтің коммуникациялық аудитін жүргізу</p> <p>Білуі тиіс: бәсекелестік талдау принциптерін; бірегей сауда ұсынысының теориясын және позициялау принциптерін; тауар белгілерін қорғаудың құқықтық аспектілерін және бренд бірегейлігінің элементтерін; бренд-көшбасшылықтың әдістері мен технологияларын; фирманың маркалық саясатының негізгі стратегияларын</p>
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	<p>1. Малашенко Н.П. Маркетинг на потребительском рынке: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг»/Н.П. Малашенко. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008.</p> <p>2. Никишин В.В. Маркетинг розничной торговли. Теория и методология/В.В. Никишин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика»», 2003.</p> <p>3. Парамонова Т.Н. Маркетинг в розничной торговле: Учебно-практическое пособие./Под общей редакцией профессора Т.Н. Парамоновой. – М.: ИД ФБК ПРЕСС, 2004.</p>
8. Пәннің мазмұны	Сауда маркасы және бренд: негізгі ұғымдар мен анықтамалар. Макроорта және фирманың маркалық стратегиясы. Брендинг ұғымы және мәні. Брендингтің негізгі кезеңдері. Қазақстандағы брендинг ерекшеліктері. Саяси брендингтің мәні мен негізгі ерекшеліктері. Әлеуметтік және аумақтық брендинг. Көшбасшылыққа кіріспе. Көшбасшылықтың дәстүрлі концепциялары. Көшбасшылық қасиеттер теориясы. Көшбасшылықтың мінез-құлық теориясы. Көшбасшылықтың жағдайлық теориялары. Кәсіпорын жүйесіндегі көшбасшылықтың стилі мен имиджі.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Маркетинг-менеджмент

2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістері, сапа және бәсекеге қабілеттілік
4. Постреквизиттер:	Сауда қызметіндегі маркетинг, ауыл шаруашылығындағы кәсіпорындар маркетингі
5. Құзыреттер:	<p>Білуі керек: басқару стратегиясындағы компаниялардың бизнес-модельдерін құру принциптерін, сипатты белгілерін, таңдау және трансформациялау факторларын; бизнес-модельдердің эволюциясының негіздерін, жіктеу критерийлерін, типологиясын білу; коммерциялық ұйымдар қызметінің стратегиясы мен тактикасын әзірлеудің негізгі тәсілдерін, осы процестердегі корпоративтік орталықтың рөлін білу.</p> <p>Бизнес-шешімдердің компания стратегиясымен байланысын орнату;</p> <p>-бизнес-модельдерді пайдалануды сәйкестендірудің әртүрлі құралдары мен рәсімдерін қолдану; корпоративтік үлгідегі коммерциялық ұйымдарды дамытудың перспективалық (стратегиялық) бағыттарын, оның ішінде бірігу стратегиясын іске асыру арқылы анықтау</p> <p>Игеруі керек: инновациялық бизнес-модельдерді жобалаудың технологиялары мен алгоритмдерін; ұйымдардың стратегияларын әзірлеу және енгізу кезінде көрсеткіштердің теңдестірілген жүйесінің құралдарын қолданудың практикалық дағдылары мен технологияларын; коммерциялық ұйымдардың функционалдық кіші жүйелері бойынша аналитикалық жұмыстарды жүргізу тәсілдерін.</p>
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ф.Котлер, К.Л.Келлер. Маркетинг менеджмент – 14-е издание – СПб.: Питер,2014г. 2. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М,2014 3. П.Дойль., Ф.Штерн. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 4-е издание – М.: Питер,2007
8. Пәннің мазмұны	<p>Маркетинг-менеджменттің теориялық негіздері мен концепциясы. Маркетинг-менеджмент жүйесіндегі маркетингтік зерттеулер. Маркетингтік ортаны талдаудың әдіснамалық негіздері. Маркетинг-менеджменттегі нарықты сегменттеу. Тұтынушылардың сатып алу тәртібін талдау (немесе сатып алушылармен өзара қарым-қатынасты басқару). Маркетинг қызметін ұйымдастыру. Кәсіпорынның тауар саясатының маркетинг-менеджменті. Кәсіпорынның баға саясатының Маркетинг-менеджменті. Кәсіпорынның тарату жүйесінің Маркетинг-менеджменті. Кәсіпорынның коммуникациялық саясатының Маркетинг-менеджменті. Жоспарлау маркетинг-менеджменттің негізгі функциясы ретінде. Маркетинг-менеджменттегі бақылау және аудит. Әр түрлі деңгейдегі Маркетинг-менеджмент (макродеңгейде, корпоративтік деңгейде, микродеңгейде). Тауарларды аспаптық деңгейде жылжыту стратегиясы.</p>

4-қосымша Таңдау компоненті пәндерінің сипаттамасы

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Ауыл шаруашылығындағы кәсіпорындардың маркетингі
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Сапа және бәсекеге қабілеттілік, Маркетинг-менеджмент
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну - экономикалық агенттердің және нарықтардың мінез-құлқының модельдері</p> <p>Білу - ұйымның дамуын басқару, қазіргі заманғы әдістер мен алдыңғы қатарлы ғылыми жетістіктер негізінде ұйым стратегиясын талдау мен әзірлеуді жүзеге асыру</p> <p>Меңгеру - басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін сандық және сапалық талдау дағдысы.</p>
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	<p>Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Е.И. Мазилкина. – Ростов н/Д: Феникс, 2012.</p> <p>Маркетинг: учебник / Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.</p> <p>Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.</p>
8. Пәннің мазмұны	Аграрлық маркетингтің маңызы мен ерекшеліктері. АӨК маркетингтік қызметтің құқықтық аспектілері. Азық-түлік өнімдерін тұтыну және маркетинг. Азық-түлік маркетингіндегі қайта өңдеу саласының рөлі. АӨК маркетингіндегі көтерме және бөлшек сауда. Ауыл шаруашылығы өнімдерінің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету. АӨК маркетингтік қызметін жетілдіру.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Интерактивті маркетинг
2. Количество кредитов	5
3. Пререквизиттер:	Маркетинг, маркетингті басқару
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну: - интерактивті маркетингтің негізгі принциптері мен әдістері</p> <p>Білу: -интернет желісінде кәсіпорындардың тиімді жарнамалық науқанын жүргізу үшін маркетингтік қызмет құралдарын өз бетінше және дұрыс таңдау</p> <p>Меңгеру: - ғаламдық интернет желісінде тиімді маркетингтік қызмет үшін қажетті деректерді жинау, өңдеу, талдау және түсіндіру дағдылары.</p>
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	<p>Китова О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013.</p> <p>Савенкова Т.И. Основы практического маркетинга. М.: Экономистъ, 2012.</p> <p>Сачук Т.В Территориальный маркетинг. СПб.: Питер, 2011. - 368 с.</p>
8. Пәннің мазмұны:	Тұтынушының жарнамалық науқанға тікелей қатысуын көздейтін соңғы тұтынушылармен жұмыстың жаңа бағыты. Интернет-ресурстардың үлкен мүмкіндіктерін пайдалану: ойындар, конкурстар,

элеуметтік желілер және олармен байланысты басқа да сервистер. онлайн кеңістікте тұтынушылар үшін брендтің сенімді бейнесін тарату. Кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасында маркетингтік қызметті интеграциялайтын ақпараттық технологиялар негізінде нарықта тауар ұсыну.

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Сапа және бәсекеге қабілеттілік
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Басқару психологиясы, маркетингті басқару
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну</p> <ul style="list-style-type: none"> -сапа мен бәсекеге қабілеттілікті басқарудың негізгі ұғымдары, олардың өзара байланысы мен өзара шарттылығы; - ғылыми білім жүйесіндегі бәсекеге қабілеттілікті басқару орны - бәсекеге қабілеттілікті басқару негізінде ұйымды дамыту бойынша қазіргі заманғы тәсілдердің негіздері; - бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастыру және дамыту көздері, тәсілдері, олардың негізінде бәсекелестік стратегияларды қалыптастыру және іске асыру; <p>Білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - бәсекеге қабілеттілікті басқару саласында білім жүйесін пайдалану; - ұйымның нақты жағдайын және оның даму келешегін анықтау мақсатында бәсекелестік артықшылықтары туралы алған білімді қолдану; - нақты жағдайларды талдау кезінде проблемаларды анықтау және бәсекеге қабілеттілікті басқару саласында оларды шешу тәсілдерін ұсыну; -сауда ұйымдарының, тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін талдау кезінде ақпаратты жүйелеу, жинақтау <p>Меңгеру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - бәсекелестік талдау жүргізудің әдіснамалық тәсілдері; - ұйымның бәсекеге қабілеттілігі саласындағы практикалық жұмыс әдістерімен; - бәсекелестік күрес жүргізудің іс-шаралары мен тәсілдерін әзірлеу негіздері; - сауда ұйымдарының, тауарлар мен қызметтердің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігі бойынша қажетті материалдарды библиографиялық іздеу әдістерімен
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Негізгі әдебиет	<p>Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров / И.М.Лифиц / 3-е изд. переработанное и доп. –М.: ЮРАЙТ, 2014</p> <p>Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учеб. пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк / Гриф УМО. – М: КНОРУС, 201</p>
8. Курс мазмұны:	Нарықтық қатынастар жүйесіндегі өнім сапасын басқарудың орны мен рөлі. Өнімнің сапасын қамтамасыз ету және сапасын басқару принциптері. Өнім сапасын қамтамасыз ету әдістерінің эволюциясы. Сапаны басқару функциялары. Өнімнің сапасын өлшеудің негізгі әдістері. Өнімнің сапасын бағалаудың процедурасы мен әдістері. Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігі кәсіпорын пайдасының шарасы ретінде. Сапаны бақылау және басқарудың

1. Пән туралы негізгі ақпарат:	
Пән атауы	Маркетингтік зерттеулердегі математикалық әдістер
2. Кредит саны	5
3. Пререквизиттер:	Директ маркетинг, Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау
4. Постреквизиттер:	Диссертациялық жұмысты жазу, болашақ кәсіби қызмет
5. Құзыреттер:	<p>Түсіну:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономикалық-математикалық әдістер; - ақпаратты жинау, беру, өңдеу және жинақтау әдістері мен процестері; - кәсіпорындағы өндірістік жоспарлау модельдері. <p>Білу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономикалық есептерді шешудің математикалық әдістерін қолдану; - өндірісті жоспарлау міндеттерін шешу, оңтайлы шешімдер негізінде бизнес-жоспарлар құру; - маркетингтік зерттеулерде қолданылатын статистикалық әдістердің нәтижелерін түсіндіру; - маркетингтік ақпаратты алу әдістерін таңдау. <p>Меңгеру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетингтік және басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін нақты ұсыныстар түрінде математикалық әдістерді қолдану нәтижелерін интерпретациялау дағдылары - маркетингтік ақпаратты жинаудың негізгі құралдарын пайдалану дағдысы; - маркетингтік зерттеу деректерін өңдеу және жүйелеу дағдылары
6. Курс авторы	«Маркетинг» кафедрасы
7. Әдебиет	Кобзарь, А.И. Прикладная математическая статистика. Для инженеров и научных работников. — М.: Физматлит, 2012. Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований: учебное пособие. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014.
8. Пәннің мазмұны	Процестерді математикалық формализациялау тәсілдері, экономикалық-математикалық модельдеу негіздері, Математикалық модельдеу кезеңдері. Сызықты бағдарламалау әдістері. Маркетингтік зерттеулердегі оңтайлы шешімдерді экономикалық талдау. Кәсіпорындағы өндірістік жоспарлау модельдері. АӨК үдерістерін модельдеу. Нарықты зерттеу және талдау әдістері. Болжау әдістері. Бизнес-жоспарлаудың шағын жобалары. Қолданбалы бағдарламалар пакеттері.