

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

Для обучающихся по направлению подготовки 68041 Бизнес и управление
Краткое описание элективных дисциплин образовательной программы 7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»

ГОП	ОП	Форма обучения	Название дисциплины	Классификация	Планирование	Компонент	Коллективный	Уровень подготовки	Кафедрa	Курс	Академический период	Перекресты	Постреквизиты	Краткое содержание дисциплины	Результаты обучения	Название альтернативной дисциплины
M075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Качество и конкурентоспособность	КК 5204	БД	Компонент по выбору	5 0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	2	Экономическая теория	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве	Место и роль управления качеством продукции в системе рыночных отношений. Принципы обеспечения качества и управления качеством продукции. Эволюция методов обеспечения качества продукции. Функции управления качеством. Основные методы измерений качества продукции. Процедура и методы оценки качества продукции. Конкурентоспособность товаров и услуг как мера прибыльности предприятия. Статистические методы контроля и управления качеством. Правовые основы сертификации в Республике Казахстан	Способность к активной социальной мобильности с целью определения качества товаров и услуг, а также определения их конкурентоспособности	Технологии, инновации и экономический рост
M075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Технологии, инновации и экономический рост	ТИЕР 5217	БД	Компонент по выбору	5 0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	2	Экономическая теория	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве	Изучение экономической сущности и содержания современных технологий, владение областью экономической и инновационной оценки новых технологий. Результатами развития являются способности. Принятие решения о инновационном бизнес-планировании, маркетинге и оптимизации в инновационном предпринимательстве, разрабатывать стратегии продвижения технологий, инноваций на рынке.	Способность к активной социальной мобильности с целью определения качества товаров и услуг, а также определения их конкурентоспособности	Качество и конкурентоспособность
M075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Маркетинговая логистика	МЛ 5205	БД	Компонент по выбору	5 0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	Маркетинг-менеджмент	Стратегическое планирование в маркетинге	Сущность понятия маркетинговая логистика. Взаимосвязь логистики и маркетинга. Распределение функций маркетинга и логистики в производственной деятельности фирмы. Содержание логистики маркетинга. Выполнение поставок – отдачи от логистики маркетинга. Маркетинговые и сбытовой подход к управлению производством. Маркетинговая логистическая концепция. Маркетинг как основа проецирования, формирования и оптимизации логистических систем. Основные направления деятельности логистики при реализации маркетинговых стратегий. Координация и оперативное управление информационным потоком в интегрированных цепочках поставок. Электронные каналы маркетинга и дистрибуции. Взаимодействие логистики с производством, маркетингом и финансированием. Области взаимодействия логистики и маркетинга. Особенности взаимодействия и координации в логистике распределения. Взаимодействие в логистическом сервисе.	Способность анализировать тенденции на рынке товаров и услуг сельского хозяйства для создания маркетингового плана с целью увеличения доли рынка и продвижения товаров отечественных брендов	Логистика в системе распределения

ММ5 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуга»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Бизнес планирование инновационных проектов	ВРИР 6315	ПД	Компонент по выбору	4 0	Магистратура по направлению «Маркетинг» (Научно-педагогическое)	2	1	Анализ данных и моделирование	Исследовательская практика	Основные положения инвестиционного анализа и бизнес-планирования. Виды эффективности инвестиционных проектов и источники инвестиций. Основные разделы бизнес-плана инвестиционного проекта, методология и практика их разработки. Основные направления оценки эффективности инвестиционных проектов. Экспертиза инвестиционного проекта.	Способность составлять, анализировать и интерпретировать маркетинговую, финансовую, статистическую отчетность, работая с информацией из различных источников, в том числе в глобальных и локальных информационных сетях, и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений. Способность формулировать проблемы, задачи и методы научного исследования рынка товаров и услуг, получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опыта, научного анализа эмпирических данных, составлять аналитические обзоры накопленных сведений в мировой науке и производственной деятельности, обобщать полученные результаты в контексте ранее накопленных в науке знаний и формулировать выводы и практические рекомендации на основе репрезентативных и оригинальных результатов исследований.	Инвестиционный анализ и бизнес планирование
М075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуга»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Инвестиционный анализ и бизнес планирование	ПАР 6316	ПД	Компонент по выбору	4 0	Магистратура по направлению «Маркетинг» (Научно-педагогическое)	2	1	Анализ данных и моделирование	Исследовательская практика	Бизнес и его стратегия. Стратегии компаний и организаций в подготовке бизнес-планов. Анализ положения дел в отрасли, влияние кризиса на реализацию продукции МП. Планы маркетинга. Требования к потребительским свойствам продукции. Конкуренция. Рынок сбыта продукции (услуги). Каналы сбыта продукции. Ошибки определения конкурентного потенциала.	Способность составлять, анализировать и интерпретировать маркетинговую, финансовую, статистическую отчетность, работая с информацией из различных источников, в том числе в глобальных и локальных информационных сетях, и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений. Способность формулировать проблемы, задачи и методы научного исследования рынка товаров и услуг, получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опыта, научного анализа эмпирических данных, составлять аналитические обзоры накопленных сведений в мировой науке и производственной деятельности, обобщать полученные результаты в контексте ранее накопленных в науке знаний и формулировать выводы и практические рекомендации на основе репрезентативных и оригинальных результатов исследований.	Бизнес планирование инновационных проектов

Каталог элективных дисциплин утвержден на совете экономического факультета протокол № 1 от 31.08 2022 год

Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, к. э. н., профессор Нухешева А. Ж.