

ҚАЗҒҰТЫНУОДАҒЫ
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
6B04106 "Маркетинг" білім беру бағдарламасы

Қарағанды 2026-2027 жж.

Элективті пәндер каталогы 6B04106 "Маркетинг" білім беру бағдарламасының оқу жоспарлары негізінде әзірленген және Қарағанды университетінің Оқу-әдістемелік кеңесімен бекітілген. Қазтұтынуодағы (2026 жылғы 28 мамырдағы №5 ОӘК хаттамасы.) Қарағанды, ҚарҰҚ 2026ж., 28б.

2026 жылғы қабылдау бакалавриатының білім алушыларына арналған. Бекітілген элективті пәндер каталогы студенттердің қолжетімділігін қамтамасыз ету және тіркеу рәсімінен өту мақсатында университеттің электрондық базасына (ААЖ) таңдау бойынша енгізіледі.

ЖАДНАМА СТУДЕНТКЕ

Құрметті Қарағанды университетінің студенті Қазтұтынуодағы!

Сіздердің алдарыңызда элективті оқу пәндерінің каталогы тұр. Бұл элективті оқу пәндерінің жүйеленген аннотацияланған тізімі. Ол сізге жеке оқу траекториясын дербес, жедел, икемді және жан-жақты қалыптастыруға мүмкіндіктер жасау мақсатында құрастырылған. Бұл сіздің жеке оқу жоспарыңызды құрастырудағы көмекшіңіз.

Кредиттік оқыту технологиясы бойынша барлық оқу пәндері 2 циклге бөлінеді – Базалық (БП) және Бейінді (БП). Осы циклдардың әрқайсысының ішінде оқу пәндері 2 түрге бөлінеді – Міндетті компонент және Таңдау компоненті (элективті, яғни. таңдалатын оқу пәндері.)

Міндетті компоненттің пәндері білім беру бағдарламасына сәйкес Мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандартында белгіленген. Элективті оқу пәндерін сізге кафедралар оқу үшін ұсынады. Элективті оқу пәндерінің барлық тізімінен сіз өзіңізге қызықты пәндерді таңдай аласыз. Осылайша, оқу пәндерінің әрбір циклі бойынша сіздің жеке оқу жоспарыңыз 2 бөлімнен тұрады: міндетті компонент және таңдау компоненті (элективті оқу пәндері).

Жеке оқу жоспарыңызға енгізу үшін элективті оқу пәндерінің каталогын пайдалану арқылы қалай таңдауға болады?

1. Тізімнен курсыңыздың және оқу семестрінің кестесін табыңыз.
2. Үлгілік оқу жоспарында элективті оқу пәндері бойынша барлығы қанша кредит бөлінетінін өзіңіз түсініп алыңыз.
3. Элективті оқу пәндерінің тізімімен танысыңыз. Оқу пәндері сәйкес нөмірмен элективті курстарға біріктірілгеніне назар аударыңыз. Элективті пәндердің әрбір тобынан бір ғана элективті пәнді таңдауға болады.
4. Сізді қызықтыратын элективті оқу пәндерінің сипаттамасын оқып шығыңыз және өз таңдауыңызды жасаңыз.
5. Сіз таңдаған кредиттер санының Типтік оқу жоспарында талап етілетін санға сәйкес келетінін тексеріңіз.
6. Сізге Элективті оқу пәндерін таңдауды жүзеге асыруға әдвайзер көмектеседі.

ҚАРЖЫ, ЛОГИСТИКА ЖӘНЕ ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР ФАКУЛЬТЕТІ

6B04106 "Маркетинг"

4 жыл оқу

**Академиялық дәрежесі – б"Маркетинг" ББ бойынша бизнес және басқару
акалавры 6B04106**

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР

Цикл пән.	Коды пән.	Пәннің атауы	Сан ы кред итте р.	Сем.
1 курс				
		Таңдау бойынша курс 1		
ЖБП	ET2022	Экономикалық теория	5	1
	OFGP2022	Кәсіпкерліктің қаржылық сауаттылығының негіздері	5	1
	MKEcBZhd 2022	МК Экология және тіршілік қауіпсіздігі	5	1
	OsnPAK202 2	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	5	1

1 курс

Таңдау бойынша курс 1

Экономикалық теория

Пререквизиттер: Математиктер, Шет тілі

Постреквизиттер: Маркетинг, Маркетингі басқару, Маркетингік зерттеулер

Мақсаты: үй шаруашылығы, фирма, ел және әлемдік экономика деңгейінде экономиканың жұмыс істеуі мен дамуын анықтайтын экономикалық құбылыстар мен процестердің мәнін ашатын негізгі негізгі ұғымдар мен теориялық ережелерді терең зерттеу.

Курстың қысқаша сипаттамасы: "Экономикалық теория" пәнінің модульдері шеңберінде кәсіпкерлік, компанияның шығындары мен кірісі, нарықтық қатынастар, меншік және экономикалық жүйелер тақырыптары зерттеледі. Ұйымдық-құқықтық нысандар, Бизнестің мөлшері, капитал мен кірісті қалыптастыру, сондай-ақ бәсекелестік пен нарық құрылымын ескере отырып, нарықтық ортада кәсіпкерліктің жұмыс істеуі қарастырылады.

Күтілетін нәтижелер: экономикалық құбылыстар мен процестерді ғылыми тұрғыдан зерттеуге мүмкіндік беретін экономикалық теорияның негізгі ұғымдарын, категорияларын, принциптері мен әдістерін білу және түсіну; теориялық білімді практикалық қызметте қолдана білу, қоршаған экономикалық шындықты нақты бағдарлау, экономикалық шешімдердің салдарын басқарудың барлық деңгейлерінде түсіну; тұжырымдамалық-категориялық аппарат пен әдістерді қолдану негізгі және бейіндік пәндерді оқу кезіндегі экономикалық ғылым; ауызша және жазбаша сөйлеуді қисынды және нақты құру, өз ұстанымын тұжырымдау және дәлелдеу; экономикалық ойлау, жалпылау және талдау мәдениеті, экономикалық мәселелерді зерттеуге жүйелі көзқарас дағдыларын қалыптастыру.

Кәсіпкерліктің қаржылық сауаттылығының негіздері

Пререквизиттер: Математика, Информатика, Кәсіпкерлік және бизнес негіздері

Постреквизиттер: Қаржы, Бухгалтерлік есеп, Салықтар және салық салу

Мақсаты: білім алушыларда жеке қаржыға қатысты шешімдер қабылдау кезінде ұтымды қаржылық мінез-құлықты, сондай-ақ цифрлық технологияларды пайдалану арқылы қаржылық қызметтерді тұтынушылар ретінде олардың құқықтары мен мүдделерін қорғауға байланысты процестерді сыни бағалау және талдау қабілетін қалыптастыру.

Курстың қысқаша мазмұны: Курс жеке қаржыға қатысты шешімдер қабылдауда ұтымды қаржылық мінез-құлықты қалыптастыруға, сондай-ақ қаржылық алаяқтықты тану үшін цифрлық технологияларды пайдалану арқылы қаржылық қызметтерді тұтынушылар ретінде құқықтар мен мүдделерді қорғауға қатысты процестерді сыни тұрғыдан бағалау және талдау қабілетіне бағытталған: бюджетті жоспарлау және пайдалану, салықтарды есептеу және төлеу, салық төлемін толтыру есеп беру, кәсіпкерлік қызметті жүргізу кезінде инвестициялық стратегияға арналған қаржылық ақпарат пен қаржылық өнімдерді талдау.

Күтілетін нәтижелер:

- жеке бюджетті талдауға және жоспарлауға, қаржылық тәуекелдердің, дағдарыстардың, алаяқтықтың және басқа да қолайсыз факторлардың әсерін бағалау негізінде қаржы өнімдері мен инвестициялау құралдарын қолдануға қабілетті;

- алынған білім мен дағдылар негізінде, кірістер мен шығыстарды талдау негізінде қажеттіліктер мен мүмкіндіктерге сәйкес жеке ақша бюджетін қалыптастыру, жеке қаржының жай-күйін талдау бойынша практикалық тапсырмаларды орындау,

- қаржы заңдары мен ережелерін, цифрлық және қаржылық технологияларды, оның ішінде мобильді қосымшаларды қолдану негізінде ұтымды қаржылық мінез-құлыққа кепілдік беретін заманауи қаржы құралдарын

пайдалану дағдыларын қалыптастыру;

- салықтарды есептей және оңтайландыра білу, міндетті зейнетақы жарналары мен басқа да төлемдерді есептеу дағдыларын қолдану, сақтандыру өнімдерін пайдалану;

- қаржы нарығының түрлі құралдарына ақша активтерін инвестициялау туралы түсінігін көрсету, инвестициялау кезінде ең жақсы шарттарды таңдай білу, қаржылық тәуекелдер мен дағдарыстардың әсерін түсіну және бағалау;

- жеке кәсіпкерлік қызметті реттейтін қолданыстағы нормативтік құқықтық актілерді ескере отырып, шағын бизнесте стартаптар ұйымдастыру;

- қаржылық қызметтерді тұтынушы ретінде өзінің заңды құқықтары мен мүдделерін білу және қорғау, қаржылық алаяқтық белгілерін тану және жеке қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз ету.

Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері

Препреквизиттер: ӘСБМ, Қазақстан тарихы

Постреквизиттер: Маркетинг, Маркетингі басқару, Жарнама

Мақсаты: білім алушылардың қазіргі жағдайда мамандардың табысты кәсіби қызметі үшін қажетті кәсіби құзыреттерге ие болуы, сондай-ақ білім алушылардың мінез-құлқының сыбайлас жемқорлыққа қарсы моделін және сыбайлас жемқорлықтан бас тартудың қоғамдық атмосферасын қалыптастыру, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл ісінде қазақстандықтардың белсенді азаматтық ұстанымын қалыптастыру.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән құқықтық білімді, сыбайлас жемқорлыққа қарсы дүниетанымды, азаматтық жауапкершілікті және заңдылық пен теңдік қағидаттарын құрметтеуді қалыптастыруға бағытталған. Қазақстан Республикасы құқығының негіздері, сыбайлас жемқорлықтың алдын алу және құқықтық мәдениет мәселелері зерделенеді. Инклюзивті қоғамның құқықтық негіздеріне, мүгедек адамдардың құқықтарын қорғауға, құқықтық талдау дағдыларын дамытуға және адам құқықтарын құрметтеуге ерекше назар аударылады.

Күтілетін нәтижелер:

- "Қазақстан Республикасының 2015-2025 жылдарға арналған сыбайлас жемқорлыққа қарсы стратегиясы" негізгі ұғымдары мен ережелерін, "сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл туралы" ҚР Заңының және "Мемлекеттік қызмет туралы" ҚР Заңының ережелерін көрсету;

- сыбайлас жемқорлық қылмыстардың құрамын қолдану және талдау, ҚР ҚК жалпы бөлігінің ережелерін ескере отырып, сыбайлас жемқорлық қылмыстарды саралау;

- талдамалық анықтамалар мен шолуларды жинауды және жинақтауды жүзеге асыру; ҚР нормативтік-құқықтық актілерінің негізгі ережелерін қолдану және оларды күнделікті өмірде қолдана білу;

- сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл саласындағы теориялық және практикалық білімді пайдалану, сыбайлас жемқорлық қылмыстарды саралау мәселелері бойынша хабарламалардың әртүрлі нысандарында (баяндама, реферат) ақпарат ұсыну.

пәнаралық курс "Экология және тіршілік қауіпсіздігі"

Пререквизиттер: ӘСБМ, Қазақстан тарихы

Постреквизиттер: Маркетинг, Нейромаркетинг, Экологиялық маркетинг

Мақсаты: білім алушыларда табиғи және антропогендік жүйелердің жұмыс істеуінің экологиялық заңдылықтары, орнықты даму қағидаттары туралы білім жүйесін, сондай-ақ тіршілік әрекетінің қауіпсіздігін қамтамасыз етудің, алғашқы медициналық көмек көрсетудің және адамды қоршаған ортаның жағымсыз факторларынан қорғаудың практикалық дағдыларын қалыптастыру.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән тірі организмдердің тіршілік ету ортасымен өзара әрекеттесуін, биосфераның даму заңдылықтарын және экологиялық жүйелердің жұмысын зерттейді. Курс шеңберінде тұрақты даму стратегиясын іске асыру контекстінде Жаһандық экологиялық сын-қатерлер қарастырылады. Сондай-ақ, Техносфера жағдайында Алғашқы медициналық көмек көрсету әдістері мен адамды антропогендік және табиғи шығу тегінің теріс әсерінен қорғау әдістері зерттелуде.

Күтілетін нәтижелер:

- негізгі экологиялық заңдылықтарды, экожүйелер мен биосфераның жұмыс істеу принциптерін, сондай-ақ қазіргі экологиялық проблемалар мен оларды шешу жолдарын түсіндіру;

- адамның экономикалық қызметінің қоршаған ортаға әсерін талдау және тұрақты даму контекстінде экологиялық тәуекелдерді бағалау;

- табиғи және техногендік қауіптердің алдын алу және олардың салдарын барынша азайту үшін тіршілік әрекетінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша білімді қолдану;

- Төтенше жағдайлар кезінде және қоршаған ортаның қолайсыз факторларының әсерінен адамды қорғау әдістері мен құралдарын пайдалану;

- әр түрлі өмірлік жағдайларда зардап шеккендерге алғашқы медициналық көмек көрсету және күнделікті және кәсіби қызметте қауіпсіз мінез-құлық ережелерін сақтау.

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР

Цикл пән.	Коды пән.	Пәннің атауы	Саны креди ттер.	Б.
2 курс				
		Таңдау бойынша курс 1		
БП	ADPE2022	Деректерді талдау және экономиканы болжау	5	3
	Еко (Еco) 2022	Эконометрика (Econometrics)	5	3
		Таңдау бойынша курс 2		
БП	TsS 2022 SS2022	Цифрлық статистика	5	3
		Әлеуметтік статистика	5	3
		Таңдау бойынша курс 3		
БП	CC 2022	Бағалар және баға белгілеу	5	4
	BU2022	Бухгалтерлік есеп	5	4
		Таңдау бойынша курс 4 (MINIOR)		
БП		MINIOR	5	3,4

2 курс

Таңдау бойынша курс 1

Деректерді талдау және экономиканы болжау

Пререквизиттер: Экономикадағы математика, Экономикалық теория

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, B2B маркетингі,

Маркетингтік зерттеулер

Мақсаты: деректердің аналитикалық тізімдерін құру, зерттелетін деректердің құрылымдық - аналитикалық және статистикалық талдауы саласындағы білімді игеру, нақты экономикалық жағдайларды модельдеу кезінде әдістер мен әдістерді қолдану дағдыларын алу және деректерді талдаудың нәтижелерін барабар бағалай білу

Қысқаша мазмұны: пәнді оқу студенттерде уақыт қатарларын талдау мен болжаудың статистикалық әдістерін, болжаудың сапалы әдістерін қолдану білімі мен дағдыларын қалыптастырады. Бұл пәнді оқу іс жүзінде деректерді бастапқы өңдеуді жүзеге асыруға, уақыт қатарларын тегістеуге көмектеседі; модельдеу әдістерін, динамикалық модельдерді, компоненттік, факторлық, кемсітушілік, кластерлік және дисперсиялық талдау әдістерін қолдану.

Күтілетін нәтижелер: зерттелетін деректерді талдау әдістері мен модельдеріндегі құзыреттер, деректерді талдау үшін сызықтық емес теңдеулерді

сызу және шешу, электрондық кесте ортасында жұмыс істеу.

Эконометрика (Econometrics)

Pre-requisites: Economic theory, Mathematics in Economics

Post-requisites: Practical Marketing, B2B Marketing, Marketing Research

Purpose: The course enables students to develop skills in constructing and applying simple and multiple regression models, nonlinear regression models, and models with qualitative variables, which allow the investigation of patterns in real-world data and the application of methods for estimating equation coefficients.

Studying this course provides advanced and in-depth knowledge in the fields of regression and correlation analysis, interpretation of regression model parameters, and forecasting of economic indicators at both the macroeconomic and microeconomic levels.

Expected results: Students can develop practical recommendations for using the constructed models to explain the behavior of the economic indicators under study. They acquire practical skills in organizing information collection, data analysis, evaluation of model parameters and their quality. They are able to interpret research results, forecast economic indicators, and make recommendations for the organization's or state's economic policy. They are able to conduct independent research in any field of Economics and apply their knowledge to solve various economic problems.

Таңдау бойынша курс 2

Цифрлық статистика

Пререквизиттер: Экономикадағы математика, Қаржылық сауаттылық негіздері

Постреквизиттер: Салықтар салық салу, Тұтынушылардың мінез-құлқы, B2B маркетингі, Практикалық маркетинг, Маркетингтік зерттеулер

Мақсаты: пән статистикалық көрсеткіштер жүйесін қолдану, алынған ақпаратты Автоматтандыру құралдарының көмегімен өңдеу және талдау қабілетін қалыптастырады. Курс шеңберінде статистикалық әдістің мәні және оны қолдану ерекшеліктері, ақпараттық технологиялардың көмегімен әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестердің негізгі статистикалық көрсеткіштерін құру әдістері зерттеледі.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән статистикалық көрсеткіштер жүйесін қолдану, алынған ақпаратты Автоматтандыру құралдарының көмегімен өңдеу және талдау қабілетін қалыптастырады. Курс шеңберінде статистикалық әдістің мәні және оны қолдану ерекшеліктері, ақпараттық технологиялардың көмегімен әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестердің негізгі статистикалық көрсеткіштерін құру әдістері зерттеледі.

Күтілетін нәтижелер:

- ойлау мәдениетін меңгеру, жалпылауға, талдауға, қабылдауға қабілетті

ақпарат, мақсат қою және оған жету жолдарын таңдау;

- әлеуметтік, гуманитарлық және т. б. негізгі ережелер мен әдістерді қолдану;

Әлеуметтік және кәсіби міндеттерді шешудегі экономикалық ғылымдар;

- ақпаратты алудың, сақтаудың, өндеудің негізгі әдістерін, тәсілдері мен құралдарын меңгеру, ақпаратты басқару құралы ретінде компьютермен жұмыс істеу дағдыларына ие болу.

Әлеуметтік статистика

Пререквизиттер: Бағалар және баға белгілеу, Деректерді талдау және экономиканы болжау

Постреквизиттер: Бухгалтерлік есеп, Қаржы, Маркетингтік зерттеулер, Практикалық маркетинг

Мақсаты: әлеуметтік қатынастардың әртүрлі аспектілерін қамтитын статистикалық деректерді талдау және өндеу міндеттеріне Статистика теориясының негізгі әдістері мен тәсілдерімен теориялық және практикалық танысу.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән деректерді жинау, цифрлық Материалды өндеу, алынған ақпаратты талдау және алынған білімді жоғары белгісіздік режимінде тәжірибеде қолдану әдістерін ашады. Курс Қазіргі кезеңдегі әлеуметтік Статистика, Ұлттық шоттар жүйесіндегі үй шаруашылықтарының қызметін зерттеудің негізгі бағыттары, халық статистикасы, еңбек нарығы мен еңбек ресурстарының статистикасы, халықтың кірістері, шығыстары мен тұтынуы туралы білімді игеруге бағытталған. Курс білім беру, Халық денсаулығы және денсаулық сақтау, тұрғын үй нарығы және тұрғын үй жағдайлары, халықтың өмір сүру деңгейі және адам дамуының статистикасын ашады.

Күтілетін нәтижелер:

- ойлау мәдениетін меңгеру, жалпылауға, талдауға, қабылдауға қабілетті ақпарат, мақсат қою және оған жету жолдарын таңдау;

- әлеуметтік, гуманитарлық және т. б. негізгі ережелер мен әдістерді қолдану;

Әлеуметтік және кәсіби міндеттерді шешудегі экономикалық ғылымдар;

- ақпаратты алудың, сақтаудың, өндеудің негізгі әдістерін, тәсілдері мен құралдарын меңгеру, ақпаратты басқару құралы ретінде компьютермен жұмыс істеу дағдыларына ие болу.

Таңдау бойынша курс 3

Бағалар және баға белгілеу

Пререквизиттер: Экономикалық теория

Постреквизиттер: Тұтынушылардың мінез-құлқы, Практикалық маркетинг, Маркетингті басқару, Маркетингтік зерттеулер, Сатуды басқару

Мақсаты: шаруашылық жүргізуші субъектілерге баға белгілеуді басқару негіздерін зерделеу.

Курстың қысқаша сипаттамасы: бұл пән кәсіпорынды басқару жүйесіндегі баға белгілеудің орны мен ролін анықтауға мүмкіндік береді; Негізгі баға стратегиялары; нарықтардың әртүрлі түрлеріндегі баға белгілеу сипаты; сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы мен икемділігін анықтау. Курсты зерделеу кәсіпорынның тауарлары мен қызметтерінің әртүрлі түрлеріне бағаны қалыптастыруға; бағаны есептеуді жүзеге асыруға; баға белгілеу саласындағы мемлекеттік саясатпен танысуға мүмкіндік береді. кәсіпорынның тауарлары мен қызметтерінің өзіндік түрлері; бағаларды есептеуді жүзеге асыру; баға белгілеу саласындағы мемлекеттік саясатпен танысу.

Күтілетін нәтижелер: студент бағаның қалыптасуы мен қозғалу процестеріне әсер ететін заңдар мен тенденцияларды білуі керек.

Бухгалтерлік есеп

Пререквизиттер пәндер: Information and communication technologies, Экономикалық теория, Деректерді талдау және экономиканы болжау

Постреквизиттер пәндер: Практикалық маркетинг, Басқару маркетингпен, B2B маркетингімен, Маркетингтік зерттеулермен

Мақсаты: Әдістеменің іргелі теориялық негіздерін зерттеу сала кәсіпорындарындағы бухгалтерлік есеп жүйелері

Курстың қысқаша сипаттамасы: "Бухгалтерлік есеп" пәні ұлттық есеп жүйесінің теориясы мен практикасының ақпараттық, аналитикалық және бақылау функциялары болып табылады. Экономиканың табысты жұмыс істеуі үшін жан-жақты, объективті, жедел келіп түсетін ақпарат қажет, оның негізгі көзі бухгалтерлік есепте қамтылған деректер болып табылады. Ұйымның өндірістік, жабдықтау және сату қызметінде болып жатқан өзгерістер осы ұйымның жұмысын жақсарту және дұрыс басқару шешімдерін қабылдау мақсатында бухгалтерлік есепте тіркеледі. Бұл бухгалтерлік есепті барлық деңгейлерде ақпараттық қамтамасыз етуді қамтамасыз ететін өндірісті басқару жүйесінің бөлігі етеді.

Күтілетін нәтижелер: кәсіпорында, оның ішінде салаларда бухгалтерлік есеп принциптері туралы білім мен түсінікті көрсету; осы білім мен түсінікті кәсіби деңгейде қолдану; аргументтерді тұжырымдау және бухгалтерлік есеп принциптерінің мәселелерін шешу; Әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды

ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау мен түсіндіруді жүзеге асыру, ақпаратты, идеяларды, мәселелер мен шешімдерді жеткізу, мамандарға да, мамандарға да емес.

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР

Цикл пән.	Коды пән.	Пәннің атауы	Сан ы кред итте р.	Семестр
3 курс				
Таңдау бойынша курс 1				
БП	МК DMUOP2022	"Digital-маркетинг және онлайн-жылжытуды басқару" пәнаралық курсы	5	5
	KMMSS 2022	Контенттік маркетинг және әлеуметтік желілердегі маркетинг	5	5
Таңдау бойынша курс 2				
БП	NN (TT)2022	Салықтар және салық салу (Taxes and taxation)	5	5
	Fin2022	Қаржы	5	5
Таңдау бойынша курс 3				
БП	МК2022	Маркетингтік коммуникациялар	5	5
	KM2022	Коммуникациялық менеджмент	5	5
Таңдау бойынша курс 4				
БП	Nm 2022	Нейромаркетинг	5	6
	ТАМАҚТА Н 2022	Экологиялық маркетинг	5	6
Таңдау бойынша курс 5				
КП	MB2B 2022	B2B маркетингі	5	6
	PMar 2022	Өнеркәсіптік маркетинг	5	6
Таңдау бойынша курс 6				
КП	MSFK2022	Спорт және дене шынықтырудағы маркетинг	5	5
	IMar2022	Ивент-маркетинг	5	5
Таңдау бойынша курс 7				
КП	YP2022	Сатуды басқару	5	5

	TSM2022	Маркетинг жүйесіндегі тауар қозғалысы	5	5
		Таңдау бойынша курс 8		
КП	RGM2022	Мейрамханалық және қонақ үй маркетингі	5	6
	MU2022	Қызметтер маркетингі	5	6
		Таңдау бойынша курс 9		
БП		MINIOR	5	5,6

Таңдау бойынша курс 1**МК Digital-маркетинг және онлайн-жылжытуды басқару"**

Пререквизиттер: Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (Information and communication technologies), АЖҚ модулі, Маркетинг

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Халықаралық маркетинг, Жарнама

Мақсаты: студенттерде заманауи интернет-технологияларды, цифрлық платформалар мен талдау құралдарын пайдалана отырып, Цифрлық ортадағы маркетингтік науқандарды әзірлеу, іске асыру және тиімділігін бағалау үшін қажетті цифрлық маркетинг саласындағы теориялық білім мен практикалық дағдылар жүйесін қалыптастыру.

Күрстың қысқаша сипаттамасы: Курс заманауи интернет-технологияларға негізделген цифрлық маркетингтік науқандарды әзірлеу және басқару дағдыларын қалыптастырады. SEO, SMM, performance-маркетинг, веб-аналитика және жарнаманы автоматтандыру құралдары қарастырылады. Цифрлық платформаларды қолдануға, деректерді талдауға және цифрлық экономика жағдайында онлайн-коммуникациялардың тиімділігін бағалауға ерекше назар аударылады.

Күтілетін нәтижелер:

- маркетингтік қызметте және цифрлық коммуникацияларда қолданылатын заманауи цифрлық, бұлтты, мобильді және AI-технологияларды білуін көрсету;

- цифрлық ортада жарнамалық және коммуникациялық науқандарды әзірлеу, енгізу және басқару үшін digital-маркетинг құралдарын қолдану;

- заманауи аналитикалық платформалар мен сервистерді пайдалана отырып, Цифрлық статистика мен маркетингтік деректерді жинауды, өңдеуді, талдауды және түсіндіруді жүзеге асыру;

-кәсіби мәселелерді шешу үшін SEO, SMM, контент-маркетинг, performance-маркетинг және веб-аналитика саласындағы теориялық және практикалық білімді пайдалану;

- Интернет желісінде маркетингтік қызметті ұйымдастыру кезінде деректерді қорғау және цифрлық қауіпсіздік технологияларын қолдану;

-әлеуметтік желілерде және басқа онлайн арналарда цифрлық мазмұнды құру, тарату және оңтайландыру үшін ақылды қызметтер мен AI құралдарын пайдаланыңыз;

-нәтижеліліктің негізгі көрсеткіштері мен веб-аналитика деректері негізінде цифрлық маркетингтік іс-шаралардың тиімділігін бағалау.

Контенттік маркетинг және әлеуметтік желілердегі маркетинг

Пререквизиттер: Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (Information and communication technologies), ӘСБМ, Маркетинг

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Халықаралық маркетинг, Жарнама, Теория және практикаPR (публик рилейшинз)

Мақсаты: аудиторияның сіздің қызмет салаңызға сәйкес тақырыптарға қатысуына қол жеткізу. Мақсатты аудиториямен, оның ішінде әлеуметтік желілер арқылы ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік беретін құралдардың бірі-контент-маркетинг.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән ұйымның маркетинг құрылымындағы әлеуметтік медиа маркетингінің орнын білуге мүмкіндік береді; әлеуметтік медиа маркетинг саласындағы кәсіби терминология; әлеуметтік медиа маркетингінің заманауи модельдері мен құралдары; даму трендтері, әлеуметтік медиа маркетингіне арналған өзекті зерттеулер.

Күтілетін нәтижелер:

- тиімді жарнамалық науқанды жүргізу үшін қажетті бастапқы деректерді талдау;

-әлеуметтік желілерде тауарлар мен қызметтерді жылжыту үшін контент-жоспар құру.

- адал клиенттер базасын құра білу.

- коммуникация сапасын жақсарту және мақсатты аудиториямен өзара әрекеттесу үшін бағдарламалар жасай білу.

- SMM маркетингінің тиімділігін бақылай білу

Таңдау бойынша курс 2

Салықтар және салық салу (Taxes and taxation)

Prerequisites: Digital statistics, Social statistics

Post-prerequisites: Practical marketing, Strategic marketing

The study of the theoretical aspects of the functioning of the tax and the taxation system, namely the disclosure of economic content, functions and principles of taxation, the historical stages of formation and development of Kazakhstan taxes and tax system, basic concepts of tax reform in the country. Tax preferences. Taxation of non-residents

in the Republic of Kazakhstan. The necessity and the economic content of the tax control. The appeal of the results of tax audits and actions (inaction) of tax officials.

Brief description of the course: The aim of the course is to develop in students a holistic understanding of the country's tax system, systematize knowledge in the field of taxation, teach methods for calculating individual taxes, and acquire skills in using and analyzing tax information for management purposes at the micro and macro levels. The course content includes the most important issues of the origin and necessity of taxes, the development of tax theories, as well as the stages of formation and reform of the tax system of Kazakhstan. The features of the functioning of special tax regimes in the domestic tax system are considered.

Expected results: Forming students' systematic and in-depth knowledge of the theoretical and methodological foundations of the current tax system in the Republic of Kazakhstan businesses. Mastering the practical skills of applying theoretical knowledge gained in the study of the discipline, in practice, including on the calculation of taxes and fees paid by business entities on the territory of the Republic of Kazakhstan. Be familiar with and able to use the available sources of information on legal support of taxation of business entities, using special tax regimes, and the Internet - resources.

Қаржы

Пререквизиттер: Деректерді талдау және экономиканы болжау, Цифрлық статистика, Макроэкономика, Экономикалық теория

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Мейрамхана және қонақүй маркетингі, Маркетинг B2B

Мақсаты: студенттердің қаржылық категорияларды, ұғымдарды, терминдерді, олардың жіктелуін, әлеуметтік-экономикалық процестердегі маңызы мен орнын игерудегі теориялық және практикалық дайындығын қамтамасыз ету.

Курстың қысқаша сипаттамасы: "Қаржы" пәні алынған білімді іс жүзінде қолдану, қаржылық қызметті ұйымдастыру, фирманың/компанияның қаржылық қызметінің тиімділігін талдау және бағалау үшін макро және микро деңгейде қаржының жұмыс істеу негіздерін зерттеуге арналған. Оқу пәнінің міндеттері қаржының экономикалық мазмұны мен функцияларын; қаржы саясаты мен қаржыны басқаруды; кәсіпорындар қаржысының жұмыс істеу негіздерін зерделеу болып табылады.

Күтілетін нәтижелер:

- Қоғамдағы қаржының объективті мүмкіндіктерін түсіну, қаржы ресурстарының көздерін іздеу, қазіргі кезеңдегі қаржылық қатынастардың сипатын білу, мемлекеттің қаржыны басқарудағы ролін, оның қаржылық саясатын, салық салу, сақтандыру тетігін анықтау;

- Қаржылық зерттеулер әдіснамасын қолдана білу (әдебиеттерді іздеу және талдау, теориялық және қолданбалы зерттеу дағдылары, сыни тұрғыдан бағалау және зерттеу жұмыстарын ұсыну мүмкіндігі);

- Шаруашылық жүргізуші субъектілердің Қаржы, Қаржылық жоспарлау және болжау саласындағы менеджменттің заманауи әдістерін білу;

- Қолданыстағы қаржы-экономикалық тәуекелдерге талдау және бағалау жүргізу, микро -, макро-деңгейде негізгі қаржы-экономикалық көрсеткіштер динамикасының болжамын жасау және негіздеу;

- Алған білімдерін оңтайлы экономикалық шешімдер қабылдау негізінде проблемаларды шешу үшін қолдана білу.

Таңдау бойынша курс 3

Маркетингтік коммуникациялар

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Стратегиялық маркетинг, Жарнама, Практикалық маркетинг, B2B маркетингі

Мақсаты: жарнама, сатушылар, дүкен атаулары, витриналарды безендіру, орау, әдебиеттерді тарату, тегін үлгілерді, купондарды, пресс-релиздерді және басқа да коммуникациялық және жарнамалық қызмет түрлерін тарату арқылы тауарларды (қызметтерді) жылжыту бойынша шаралар кешенін зерделеу.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән практикалық жұмыста маркетингтік коммуникацияларды пайдалану тетіктері саласындағы дағдыларды қалыптастырады, компанияны ілгерілету стратегияларын іске асыру үшін маркетингтік коммуникация құралдарын пайдалануға үйретеді; коммуникация процесін жобалайды; сатуды, жарнаманы және маркетингтік коммуникацияның басқа элементтерін ынталандыру әдістерін әзірлейді; маркетингтік коммуникация бағдарламаларының бюджетін есептейді; маркетингтік коммуникацияларды кешенді және элементтік.

Күтілетін нәтижелер:

- маркетингтік коммуникация туралы білімді меңгеру;
- фирмалардың кәсіби білімі мен басқару мәдениетін меңгеру;
- қоғаммен байланыс орнатуды үйрену;
- зияткерлік меншікпен, сауда белгілерімен жұмыс істей білу.

Коммуникациялық менеджмент

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Стратегиялық маркетинг, Жарнама, Практикалық маркетинг, B2B маркетингі

Мақсаты: студенттерде ұйымдардағы коммуникацияларды стратегиялық басқару туралы жүйелі түсінік қалыптастыру, цифрлық орта, дағдарыстық

жағдайлар және ақпараттық әртүрлілік жағдайында тиімді сыртқы және ішкі коммуникацияларды құру дағдыларын дамыту.

Курстың қысқаша мазмұны: Пән коммуникацияның негізгі теориялары мен модельдерін, коммуникациялық жоспарлау құралдарын, мақсатты аудиториямен диалог құру әдістерін, сондай-ақ беделді, брендті, корпоративтік мәдениетті және цифрлық байланыс арналарын басқару мәселелерін қамтиды. Тұрақты даму және бизнесті цифрлық трансформациялау контекстінде корпоративтік, маркетингтік және дағдарысқа қарсы коммуникацияларды басқару дағдыларына ерекше назар аударылады.

Күтілетін нәтижелер:

- ұйымды басқару жүйесіндегі коммуникациялық менеджменттің рөлі мен функцияларын түсіну;

- коммуникациялық стратегияларды әзірлеу және іске асыру;

- сыртқы және ішкі коммуникация құралдарын тиімді пайдалану;

- дағдарыс пен бәсекелестік жағдайында бедел мен брендті басқару;

- КРІ көмегімен коммуникациялық нақандардың тиімділігін сыни тұрғыдан бағалау және талдау.

Таңдау бойынша курс 4

Нейромаркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың тәртібі, ӘСБМ

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Банктік маркетинг

Мақсаты: заманауи маркетингтік ойлауды қалыптастыруға, нейромаркетинг стратегияларын әзірлеуге және тиісті тәсілдерді, әдістер мен құралдарды іс жүзінде қолдануға белсенді қатысуға мүмкіндік беретін білім мен құзыреттерді алуға ықпал ету.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пәннің мақсаты-білім алушыларда тұтынушылардың шешім қабылдауының негізінде жатқан заманауи нейротехнологияларды пайдаланудың негізгі мүмкіндіктері мен проблемаларын және олардың маркетингтік әрекеттерге (брендинг, Жарнама, дизайн және орау, ассортимент, баға белгілеу және т. б.) реакциясын қалыптастыру, сондай-ақ нейробейнелеу, нейростимуляция әдістері арқылы басқарушылық шешімдерді негіздеу қабілетін дамыту және нейромаркетинг.

Күтілетін нәтижелер:

- мақсатты сегменттің этикалық және эстетикалық сұранысының сәйкестігі үшін компаниялардың маркетингтік коммуникациясын талдау;

- басқару және бизнес саласындағы кәсіби функцияларды жүзеге асыру үшін талдамалық деректерді болжау;

- қойылған мақсаттарға жету үшін орындаушылардың шағын

ұжымдарының жұмысын ұйымдастыру;

- нейромаркетингтік зерттеу жүргізуге техникалық тапсырма әзірлеу;
- нейромаркетингті дамыту саласындағы жаңа білімді тану;
- маркетинг саласындағы оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді шешу

үшін қажетті ақпаратты таңдау және қолдану;

- өз бетінше оқу қабілетін қалыптастыру, өз білімін толықтыру және алған құзыреттерін кәсіби деңгейде қолдану;

- Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетін қабылдау.

Экологиялық маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың тәртібі, ШОК

Постреквизиттер: Тәжірибелік маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Жарнама, Банктік маркетинг

Мақсаты: студенттердің экологиялық маркетингтің мәні, жасыл бизнестің заманауи тұжырымдамалары туралы білімдерін қалыптастыру.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Курс студенттердің экологиялық маркетингтің мәні туралы білімдерін қалыптастыруға арналған; жасыл бизнестің заманауи тұжырымдамалары. Жасыл технологияның тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін және тұтынушылар арасында экологиялық таза және қауіпсіз өнімді қабылдауға дайындығын зерттеу.

Күтілетін нәтижелер:

- тұтынушылар арасында экологиялық сананы арттыру;
- экологиялық тауарларды әзірлеу және ілгерілету;
- нарықта экологиялық таза тауарлар мен қызметтерді танымал ету;
- нарықта экологиялық қажеттіліктерді қалыптастыру.

Таңдау бойынша курс 5

B2B маркетингі

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Жарнама, Теория және тәжірибе PR (көпшілік рилейшинс), Банктік маркетинг, Халықаралық маркетинг

Мақсаты: B2B нарығында маркетингтік қызметті құру ерекшеліктерімен танысу, B2B саласында жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру, қоршаған орта мен компания қызметінің өзгерістерін болжай білу, сондай-ақ өткізілетін маркетингтік іс-шаралардың әсерін есептей білу.

Курстың қысқаша сипаттамасы: курстың негізгі міндеті - B2B нарығында маркетингтік қызметті құру ерекшеліктерімен таныстыру, B2B саласында жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру, қоршаған орта мен компания қызметінің өзгерістерін болжай білу, сондай-ақ өткізілетін маркетингтік іс-шаралардың әсерін есептеу.

Күтілетін нәтижелер:

- B2B маркетингінің теориялық негіздерін анықтау және түсіндіру;
 - алынған білімді кәсіби деңгейде қолдану, маркетингтік стратегияларды талдау, жылжыту, өнімді ұсыну және компаниялар арасында пайда табу мақсатында деректерді талдау;
 - маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістерін түсіндіру, таңдау және қолдану, мидың подсознание реакциялары негізінде оларды ілгерілетуге байланысты іс-шаралар кешенін талдайды;
 - B2B маркетингі саласында ақпарат дайындау, өз идеяларын, проблемалары мен шешімдерін тұжырымдау және олар туралы, оның ішінде академиялық жазу дағдылары мен академиялық адалдық қағидаттарын пайдалана отырып баяндау;
 - B2B маркетингі саласындағы жаңа білімді тану және оларды әрі қарай өзін-өзі тәрбиелеу үшін практикалық қолдану дағдыларын пайдалану, жасыл технологиялардың тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін талдау;
- Ғ. B2B маркетингі саласындағы оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін қажетті ақпаратты таңдау және қолдану.

Өнеркәсіптік маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Жарнама, Теория және тәжірибе PR (паблик рилейшинз), Банктік маркетинг

Мақсаты: өнеркәсіптік маркетингтің мазмұны мен ерекшеліктерін зерттеу

Курстың қысқаша сипаттамасы: бұл пән өнеркәсіптік тауарлар нарығындағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін, өнеркәсіптік нарықтардағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін; тауарлардың өмірлік циклінің кезеңдерін ескере отырып, компанияның "өнім портфелін" басқару негіздерін зерттейді. Өндірістік мақсаттағы өнім нарығында жұмыс істейтін кәсіпорын үшін маркетинг жоспарларын әзірлеу дағдыларын қалыптастырады.

Күтілетін нәтижелер:

- өнеркәсіптік нарықтың теориялық негіздері мен тұжырымдамасы туралы білімді меңгеру;
- маркетингтің теориялық білімін өнеркәсіптік бизнес тәжірибесінде қолдану
- баға, сату, коммуникациялық саясатты талдау дағдыларын меңгеру;

Таңдау бойынша курс 6

Спорт және дене шынықтырудағы маркетинг

Пререквизиттер: Дене шынықтыру, Маркетинг, ӘСБМ

Постреквизиттер: Қызметтер маркетингі, Стратегиялық және маркетинг

Мақсаты: студенттердің нарықтық экономика жағдайында Қазақстанның дене шынықтыру-спорт ұйымдарын әлеуметтік басқару теориясының ғылыми негіздерін меңгеруі үшін қажетті базаны қалыптастыру, дене шынықтыру және спорт ұйымдары қызметінің шаруашылық тетігін жетілдіру, негізделген маркетингтік шешімдер қабылдау, саланың барлық ресурстарын - қаржылық, материалдық, Еңбек ресурстарын барынша ұтымды пайдалану.

Күрестің қысқаша сипаттамасы: маркетингтің әлеуметтік мәні және анықтамасы. Дене шынықтыру және спорт саласындағы Маркетинг. Дене шынықтыру және спорт маркетингінің әдіснамалық негіздері. Спорт индустриясындағы жарнамалық қызметтің негіздері. Спорттық лицензиялау. Маркетинг түрлері. Дене шынықтыру-сауықтыру қызметтері. Спорт клубы және оның өмірлік циклі. Дене шынықтыру және спорт саласындағы маркетингтік зерттеулер. Дене шынықтыру және спорт саласындағы баға стратегиясы. Дене шынықтыру және спорт саласындағы маркетингті жылжыту және ілгерілету жүйесі.

Күтілетін нәтижелер:

- "маркетинг" әдістерін меңгеру;
- дене шынықтыру және спорт саласында Маркетингтік Шешімдер қабылдау;
- дене шынықтыру-бұқаралық және спорттық іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу дағдыларын меңгеру;
- заманауи білім беру технологияларын пайдалана отырып, жаңа білімді өз бетінше меңгеру дағдыларын меңгеру;
- ақпаратты іздеу, жинау, жүйелеу және пайдалану дағдыларын меңгеру, ұйымдастыру және есептеу техникасының құралдарын іс жүзінде пайдалану;
- спорттық менеджмент және маркетинг саласындағы процестердің дамуын болжау әдістерін меңгеру және экономикалық, әлеуметтік және ұйымдастырушылық даму мүмкіндіктерін болжау

Ивент-маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы, Менеджмент

Постреквизиттер: Жарнама, Теория және тәжірибе PR (паблик рилейшинз), Туризм маркетингі

Мақсаты: маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу саласында білім мен дағдыларды алу, сондай-ақ олардың тиімділігін бағалау әдістерін зерттеу

Күрестің қысқаша сипаттамасы: Пәннің мақсаты-табысты коммуникациялық стратегияның негізгі құралдарының бірі ретінде оқиғалар туралы кешенді түсінік қалыптастыру. Студенттерде оқиғаларды дайындау мен іске асырудың барлық кезеңдерінде, сондай-ақ өнімнің / компанияның бүкіл

өмірлік циклінде кәсіби пайдалану және басқару қажеттілігі туралы түсінік қалыптастыру; бәсекелестердің және меншікті оқиғаларды сыни тұрғыдан бағалауға, сондай-ақ оқиғаларды бағалау мен әзірлеуге үйрету; оқиғаларды жоспарлау дағдыларын дамыту, сондай-ақ оларды одан әрі жетілдіру және дамыту; студенттерге оқиғалардың тиімділігін бағалаудың әртүрлі тәсілдерін қолдануға үйрету.

Күтілетін нәтиже:

- эвент-маркетингтің негізгі принциптері мен әдістерін білу;
- өнімге немесе қызметке назар аудару үшін іс-шараларды әзірлеу және ұйымдастыру мүмкіндігі;
- эвент-іс-шаралар шеңберінде клиенттермен және серіктестермен жұмыс істеу дағдылары;
- өткізілген іс-шаралардың тиімділігін бағалай білу және маркетинг стратегиясын түзету.

Таңдау бойынша курс 7

Сатуды басқару

Пререквизиттер: Маркетинг, Баға және баға белгілеу

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Жарнама, Банктік маркетинг

Мақсаты: студенттерде сатуды тиімді басқару үшін қажетті білім, білік және дағдылар кешенін қалыптастыру

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән маркетингті басқару мәселелерін зерделеу бойынша дағдылар мен дағдыларды қалыптастырады және корпоративтік маркетингтік қызметтің қазіргі заманғы нысандарымен таныстырады; басқару саласындағы маркетингтік тұжырымдамалардың категориялық аппаратын қалыптастырады; мақсатты нарықтарды таңдауды басқару, сегменттеу, тұтынушылық мінез-құлықты модельдеу, бәсекелестік артықшылықты таңдау мәселелерін қарастырады; маркетинг құралдарын - тауарлық, баға саясатын, саясатты басқаруды зерттейді тарату және байланыс.

Күтілетін нәтиже:

- сату және маркетинг саласында негізделген басқару шешімдерін қабылдау үшін нарықтық ортаны, тұтынушылық мінез-құлықты және нарықтың мақсатты сегменттерін талдау;
- мақсатты нарықтардың ерекшеліктерін, бәсекелестік ортаны және тұтынушылардың қажеттіліктерін ескере отырып, маркетингтік және сату стратегияларын әзірлеу;
- сату тиімділігін арттыру және ұйымның нарықтық позициясын нығайту үшін тауар, баға, сату және коммуникациялық саясат құралдарын қолдану;
- талдаудың заманауи әдістері мен нәтижеліліктің негізгі көрсеткіштері негізінде маркетингтік қызмет пен сатуды басқару процестерінің тиімділігін

бағалау;

- бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастыру және ұйымның мақсаттарына жету үшін сатуды басқарудың заманауи тәсілдері мен технологияларын қолдану.

Маркетинг жүйесіндегі өнімді бөлу

Пререквизиттер: Маркетинг, Баға және баға белгілеу

Постреквизиттер: Практикалық маркетинг, Стратегиялық маркетинг

Мақсаты: студенттерге материалдардың, жартылай фабрикалар мен дайын өнімдердің түпкілікті тұтынушыларға физикалық қозғалысының мәні мен ерекшеліктерін, оларды тиімді ұйымдастыру әдістерін, сондай-ақ делдалдардың қойма кәсіпорындарының, көлік терминалдары мен өндірістік қоймалардың өзара әрекеттесу жолдарын түсіну үшін қажетті білім беру.

Қысқаша мазмұны: Пән тауарларды жылжыту саласында құралдарды пайдалануды жүзеге асыру шеңберінде қалыптастыру және басқару үшін білім қалыптастырады. Пән компаниялардың маркетингтік жұмысын ұйымдастырудың теориясы мен практикасын тауардың мақсаты мен дамуынан бастап оны түпкілікті тұтынушыға сатуға және сатудан кейінгі өзара әрекеттесу жүйелерін дамытуға дейін зерттейді.

Күтілетін нәтижелер:

- логистикадағы тауар қозғалысының экономикалық мәнін білу және түсіну. оның тауарлардың ғана емес, сонымен қатар интеграцияланған жеткізу тізбегіне қатысушы фирмалардың бәсекеге қабілеттілігіне әсері.

- практикалық жағдайларды талдау кезінде логистикада тауарларды бөлудің негізгі ұғымдарын, принциптері мен тұжырымдамасын қолдана білу және тауарларды бөлудің нысандары мен жолдарын жетілдірудің тиімді шешімдерін әзірлеу.

- тауар қозғалысын ынталандыру мен мемлекеттік реттеудің экономикалық әдістерін білу және түсіну.

- жеткізушілерді, көлік түрлерін, өнімді тарату жүйелерін, логистикалық делдалдарды таңдаудың, жеткізудің оңтайлы мөлшерін есептеудің практикалық дағдыларын игеру.

Таңдау бойынша курс 8

Мейрамханалық және қонақ үй маркетингі

Пререквизиттер: Маркетинг, Бағалар және баға белгілеу, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Туризм маркетингі, Практикалық маркетинг, Жарнама

Мақсаты: студенттерді нарықтық ортада бағдарлауға, бәсекеге қабілетті болуға, жарнамалық іс-шараларды ұйымдастыруға және жоспарлауға үйрету.

Курстың қысқаша сипаттамасы:

Курс бағдарламасына қонақ үй және мейрамхана бизнесі кәсіпорындарында маркетингі ұйымдастырудың негізгі компоненттерінің сипаттамасы кіреді. Студенттер мейрамхана-қонақ үй кәсіпорнының маркетингтік қызметін ұйымдастыру мен басқаруды, өнім стратегиясын жобалау және қалыптастыру ерекшеліктерін зерттейді, осы бизнестегі Маркетингтік коммуникациялардың ролін талдайды.

Күтілетін нәтижелер:

- қонақ үй кәсіпорындары үшін маркетинг бағдарламасын құру және оның іске асырылуын бақылау;
- қонақ үй кәсіпорнының фирмалық стилін, тауар белгісін, сауда маркасын әзірлей білу;
- қонақ үй қызметтерін тұтынушыларға маркетингтік зерттеулер жүргізудің практикалық әдістерін меңгеру;
- сатып алушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторларды анықтау;
- Қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарында тиімді тауар, баға және өткізу саясатын әзірлеу;
- қонақ үй кәсіпорындарының маркетингтік коммуникацияларын әзірлеу технологиясын игеру және оның тиімділігін есептеу.

Қызметтер маркетингі

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы

Постреквизиттер: Туризм маркетингі, Практикалық маркетинг, Жарнама

Мақсаты: студенттерді қызмет маркетингінде бағдарлауға үйрету: стратегияларды қалыптастыру және қызметтерді жылжыту бойынша іс-шаралардың тиімділігін бағалау.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Курс қызмет көрсету саласындағы маркетингтік қызметтің білімі мен дағдыларын, қызмет көрсетуге қатысатын ұйымдардың маркетингтік қызметінің ерекшеліктерін зерттейтін маркетинг саласын қалыптастырады. Студенттер кәсіпорынның қызмет көрсету саласындағы маркетингтік саясатын әзірлеудің теориялық негіздерін, қызмет стандарттарын әзірледі, қызмет сапасын өлшеуді үйренеді. Пән тұтынушылармен тұлғааралық қарым-қатынас пен тиімді позициялаудың практикалық дағдыларын қалыптастырады.

Күтілетін нәтижелер:

- қызмет көрсету саласындағы бизнестің маркетингтік ортасын талдау;
- ситуациялық талдау нәтижелері мен кәсіпорынның мақсаттарына сүйене отырып, қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындар үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеу;
- қызмет көрсету саласында маркетингтік зерттеулер жүргізу;
- қызметтер өндірісінің кешені, баға белгілеу, тарату және қызметтер саласындағы коммуникациялар бойынша шешімдер қабылдау.

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР

Цикл пән.	Коды пән.	Пәннің атауы	Саны кредит тер.	Семестр
4 курс				
		Таңдау бойынша курс 1		
КП	Rek (Adv) 2022	Жарнама (Advertisement)	6	7
	MP2022	Медиажоспарлау	6	7
		Таңдау бойынша курс 2		
КП	TPPR2022	Теория және практика PR (Көпшілік рилейшинс)	6	7
	TB2022	Брендинг теориясы	6	7
		Таңдау бойынша курс 3		
КП	SMar 2022	Стратегиялық маркетинг	5	7
	PM 2022	Практикалық маркетинг	5	7
		Таңдау бойынша курс 4		
КП	BM 2022	Банктік маркетинг	5	7
	MT 2022	Туризм маркетингі	5	7

Таңдау бойынша курс 1

Жарнама (Advertisement)

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік зерттеулер, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: студенттерді нарықтық ортада шарлауға, бәсекеге қабілетті болуға, жарнаманы ұйымдастыруға және жоспарлауға үйрету. Зерттелетін курс студентті жарнамалық қызметтің теориялық негіздерімен таныстырады, жарнамалық қызметті ұйымдастыру және жоспарлау бойынша практикалық дағдыларды игеруге көмектеседі.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән жарнаманың пайда болу тарихы, тауарлар мен қызметтерді жарнамалауға қойылатын мақсаттар, міндеттер мен талаптар туралы білімді қалыптастырады; жарнамалық науқандарды ұйымдастыру және оның тиімділігін бағалау, сұранысты қалыптастыру және ынталандыру дағдыларын береді. Мақсатты аудиторияға ақпарат беру дағдыларын қалыптастырады; жаңа өнімді/қызметті ұсыну; өнімді пайдаланудың мақсаттары мен тәсілдері туралы білімді кеңейтеді, өнім туралы жағымды әсер қалдырады.

Күтілетін нәтижелер:

- жалпы маркетингтік қызметті және атап айтқанда кәсіпорынның тауар саясатын жүзеге асыру кезінде нормативтік құжаттар мен заңнамалық актілерді талдау және олармен жұмыс істеу;

- тауарлар мен қызметтерді жылжыту саясатын талдау және қалыптастыру;

- жарнама сапасын бағалау мен сараптауды жүзеге асыру;

- жарнамалық қызмет мақсаттары үшін құжаттарды ресімдеу;

- тауарлар мен қызметтерді жылжытудың дұрыс емес әдістерін анықтау және анықтау;

- жарнама берушілермен және жарнама агенттіктерімен байланыс орнату;

- өз бетінше оқу қабілетін қалыптастыру, өз білімін толықтыру және алған құзыреттерін кәсіби деңгейде қолдану.

Медиажоспарлау

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік зерттеулер, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: студенттерде компанияның маркетингтік коммуникациялары шеңберінде медиа жоспарларды әзірлеу, негіздеу және іске асыру бойынша теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.

Курстың қысқаша сипаттамасы: пәнді игерудің мақсаты-медиа жоспарлау технологиясын зерттеу, сонымен қатар студенттерде медиа жоспарларды әзірлеу үшін қажетті білім мен дағдылардың базалық кешенін қалыптастыру. Пән сіздің біліміңізді нақтылауға, теориялық базаны игеруге және нақты жарнамалық және PR науқандарының медиа жоспарларын құруды үйренуге көмектеседі.

Күтілетін нәтижелер:

- Маркетингтік коммуникациялар жүйесіндегі және брендті жылжыту стратегиясындағы медиа жоспарлаудың рөлін түсіндіру;

- медиа арналарды (офлайн және онлайн) қамту, құны, мақсатты аудитория және тиімділік тұрғысынан жіктеу және бағалау;

- арналарды, уақыт аралықтарын, орналастыру жиілігін және бюджетті таңдауды негіздей отырып, медиа жоспарлар әзірлеу;

- KPI негізінде медиа науқанның тиімділігін бағалау: GRP, CPM, CTR, ROI және басқа Көрсеткіштер;

- медиабрифтермен және коммерциялық ұсыныстармен жұмыс істеу, сондай-ақ жарнама агенттіктерімен және мердігерлермен өзара іс-қимыл жасау.

Таңдау бойынша курс 2

Теория және практика PR (Паблик рилейшинз)

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік коммуникациялар, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: қоғамдық пікірдің жай-күйіне әсер ету алгоритмдерін, жұртшылықтың ұйымға деген сеніміне ие болу технологияларын зерделеу, қызметтің ақпараттық-шығармашылық, әлеуметтік-психологиялық, ақпараттық-коммуникациялық, ақпараттық-басқарушылық, аналитикалық, мәдени, ақпараттық-әлеуметтанулық бағыттары бойынша кәсіби даярлықты жүзеге асыру дағдыларын сіңіру.

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән PR қызметінің теориялық негіздерін, жарнама және қоғаммен байланыс саласындағы жұмыс дағдыларын зерттейді; бизнес құрылымдар мен әлеуметтік-мәдени саладағы кәсіпорындардың өзара әрекеттесу түрлері мен тәсілдерін зерттеуге көмектеседі.

Күтілетін нәтижелер:

- қоғамдық қатынастар негіздерін меңгеру;
- ҚР-да және шетелде болып жатқан оқиғаларды талдау;
- жұртшылықтың санасымен қалай жұмыс істеу керектігі туралы түсінікке ие болу;
- PR құралдарымен қоғамдық пікірге әсер ету;
- PR-акцияларды ұйымдастыра және өткізе білу.

Брендинг теориясы

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік коммуникациялар, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: студенттерде компанияның стратегиялық активі ретінде бренд туралы тұтас түсінік қалыптастыру, брендингтің мәні мен функцияларын ашу, сондай-ақ әртүрлі нарықтық жағдайларда брендтерді құрудың, орналастырудың және дамытудың негізгі принциптері мен құралдарын қолдануға үйрету.

Курстың қысқаша сипаттамасы: брендтерді қалыптастыру принциптері мен технологиясын зерттеу, компаниялардың қызметіндегі брендтердің рөлі мен мақсатын түсіну. Пән студенттерге фирмалардың брендтерді қалай құратыны, оларды дамыту үшін қандай стратегияларды қолданатыны және компаниялар өз брендтерін басқаруды қалай жүзеге асыратыны туралы тұтас түсінік беруге бағытталған.

Күтілетін нәтижелер:

- маркетинг жүйесіндегі бренд пен брендингтің негізгі ұғымдарын, функциялары мен мақсаттарын түсіндіру;
- брендтердің түрлерін ажырату (корпоративтік, тауарлық, жеке және т. б.)

және оларды орналастыру стратегияларын әзірлеу;

- бренд архитектурасын және брендтің өмірлік циклін талдау;
- бренд элементтерін әзірлеу: аты, логотипі, ұраны, құндылық ұсынысы;
- тұтынушылардың брендті қабылдауын бағалау және брендтің имиджі

мен беделін басқару

Таңдау бойынша курс 3

Стратегиялық маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік коммуникациялар, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: маркетингтік стратегиялардың тиімділігін анықтайтын факторларды жүйелі және егжей-тегжейлі зерттеу

Курстың қысқаша сипаттамасы: Пән фирманың нарықтағы орнын анықтауға, сондай-ақ тауарлар мен қызметтерді өндірушіден тұтынушыларға жылжыту стратегиясына бағытталған. Бұл курс Жаңа тауар өндірісін бастауды немесе қызмет көрсетуді жоспарлау кезінде тұтынушылардың ережелерін, қалаулары мен талаптарын талдауға мүмкіндік береді.

Күтілетін нәтижелер: нарық жағдайында маркетингтік шешімдерді әзірлеу бойынша практикалық дағдыларды әзірлеу және бекіту.

Тәжірибелік маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік зерттеулер, Маркетингті басқару

Постреквизиттер: Бөндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсат: тәжірибелік маркетингтің мазмұны мен ерекшеліктерін зерттеу

Курстың қысқаша сипаттамасы: Курс қазіргі жағдайда маркетингтік қызметті іс жүзінде жүзеге асыру мәселелері бойынша кәсіби білім, білік және дағдыларды қалыптастыруға арналған. Пән өнімді жетілдіру, өткізу арналарын таңдау және ұйымдастыру, өнімге сұранысты арттыру арқылы сатуды ынталандыру процесі туралы білім береді.

Күтілетін нәтиже:

- өнеркәсіптік нарықтың теориялық негіздері мен тұжырымдамасы туралы білімді меңгеру;
- маркетингтің теориялық білімдерін өнеркәсіптік бизнес тәжірибесінде қолдану
- баға, өткізу, коммуникациялық талдау дағдыларын меңгеру саясаткерлер.

Таңдау бойынша курс 4

Банктік маркетинг

Пререквизиттер: Маркетинг, Маркетингтік зерттеулер, Маркетингті басқару, Салықтар және салық салу

Постреквизиттер: Өндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсат: банктік маркетингтің мазмұны мен ерекшеліктерін зерделеу

Күрестің қысқаша сипаттамасы: Пән коммерциялық банкті басқару саласындағы дағдылар мен практикалық дағдыларды қалыптастырады. Студенттер банктік маркетингтің ерекшеліктерін және банктік өнімнің ерекшеліктерін зерттейді, банк секторындағы капитал нарығында, бағалы қағаздар нарығында болып жатқан процестерді талдайды. Банктік сатылымдарды кеңейтуге және пайданы арттыруға бағытталған шешімдерді әзірлеу дағдыларын қалыптастырады.

Күтілетін нәтижелер: студенттер банктің даму стратегиясын, маркетингтік қоспаның элементтерін жоспарлауды жасай білуі керек.

Туризм маркетингі

Пререквизиттер: Маркетинг, Тұтынушылардың мінез-құлқы, Мейрамхана және қонақүй маркетингі

Постреквизиттер: Бөндірістік / диплом алдындағы тәжірибе, дипломдық жұмыс.

Мақсаты: туризм саласындағы заманауи маркетингтің негізгі тұжырымдамалары мен практикалық әдістерін зерттеу және қолдану

Күрестің қысқаша сипаттамасы: Бұл курс Туризм саласындағы маркетингтік құралдарды бейімдеудің заманауи тәсілдерін қарастырады

Пән студенттерде туризм саласындағы маркетингтің табиғаты, міндеттері, функциялары, идеологиясы мен құрылымы туралы кешенді түсініктерді қалыптастырады, туризм маркетингінің Тарихи аспектілерімен; туризм маркетингінің функцияларымен; туризм саласындағы маркетинг кешенімен; Қазақстандағы туризм маркетингінің ерекшеліктерімен таныстырады.

Күтілетін нәтижелер:

- туристік нарықтың теориялық негіздері мен тұжырымдамасын меңгеру;
- туристік бизнес тәжірибесінде туризм маркетингінің теориялық білімін қолдану;
- баға, сату, коммуникациялық саясатты талдау дағдыларын меңгеру;
- туристік қызметтерді тұтынушылардың мінез-құлық ерекшеліктері туралы ақпарат беру;
- туристік қызметтер сапасы Басқармасының өз бетінше жұмыс істеу дағдыларын және жеке және кәсіби өзін-өзі жетілдіру қажеттілігін дамытуды арттыру.



Маркетинг білім беру бағдарламасы
жөніндегі академиялық комитеттің
төрағасы

Краснощекова Е.А.