Карагандинский университет Казпотребсоюза



**КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН**

Образовательная программа 6В04106 «Маркетинг»

Специальность 6В04106 «Маркетинг»)

Караганда 2022-2023 гг.

Каталог элективных дисциплин рекомендован учебно-методическим советом Карагандинского университета Казпотребсоюза (протокол № 5 от «27 января» 2022г.) Караганда, КарУК, 33 стр.

Каталог включает в себя перечень элективных дисциплин (компонент по выбору), так же краткий курс их программ по специальности. Предназначен преподавателям и студентам КарУК.

**ПАМЯТКА Студенту**

**Уважаемый студент Карагандинского университета Казпотребсоюза!**

Перед Вами Каталог элективных учебных дисциплин. Это систематизированный аннотированный перечень элективных учебных дисциплин. Он составлен с целью создания для Вас возможности самостоятельного, оперативного, гибкого и всестороннего формирования индивидуальной траектории обучения. Это Ваш помощник в составлении Вашего индивидуального учебного плана.

При кредитной технологии обучения все учебные дисциплины делятся на 2 цикла – Базовые (БД), и Профилирующие (ПД). Внутри каждого из этих циклов учебные дисциплины подразделяются на 2 вида – Обязательный компонент и Компонент по выбору (элективные, т.е. выбираемые учебные дисциплины.)

Дисциплины обязательного компонента установлен Государственным общеобразовательным стандартом образования по специальности. Элективные учебные дисциплины предлагаются Вам для изучения кафедрами. Из всего перечня элективных учебных дисциплин Вы можете выбрать те, которые интересны именно Вам. Таким образом, Ваш индивидуальный учебный план по каждому циклу учебных дисциплин будет включать в себя 2 раздела: обязательный компонент и компонент по выбору (элективные учебные дисциплины).

**Как выбирать при помощи Каталога элективных учебных дисциплин для включения в Ваш индивидуальный учебный план?**

1. В Перечне найдите таблицу Вашего курса и семестра обучения.
2. Уясните себе, сколько всего кредитов отводится Типовым учебным планом на элективные учебные дисциплины.
3. Ознакомьтесь с самим перечнем элективных учебных дисциплин. Обратите внимание на то, что учебные дисциплины объединены в курсы по выбору с соответствующим номером. Из каждой группы элективных дисциплин можно выбрать только одну элективную дисциплину.
4. Прочитайте описание заинтересовавших Вас элективных учебных дисциплин и сделайте Ваш выбор.
5. Проверьте, чтобы количество выбранных Вами кредитов соответствовало количеству, требующемуся по Типовому учебному плану.
6. Осуществить выбор элективных учебных дисциплин Вам поможет Ваш эдвайзер.

**ФАКУЛЬТЕТ ФИНАНСОВ, ЛОГИСТИКИ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**6В04106 «Маркетинг»**

**4 года обучения**

**Академическая степень – б**акалавр бизнеса и управления по ОП «Маркетинг» 6В04106

**ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цикл дисц.** | **Код дисц.** | **Наименование дисциплины** | **Кол кред.** | **Сем.** | |
| **1 курс** | | | | | |
| **БД** |  | **Курс по выбору 1** |  | |  |
|  | ME | Математика в экономике | 5 | | 1 |
|  | DM | Дискретная математика | 5 | | 1 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 2** |  | |  |
|  | ADP | Анализ данных и прогнозирование экономики | 5 | | 2 |
|  | Eko(Eco) | Эконометрика (Econometrics) | 5 | | 2 |
| **ООД** |  | **Курс по выбору 2** |  | |  |
|  | EBZh | МК «Экология и безопасность жизнедеятельности» | 5 | | 1 |
|  | Rel | МК «Религиоведение» | 5 | | 1 |
|  | MK TsME | МК « Ценности Мәңгілік ел» | 5 | | 1 |

**1 курс**

**Курс по выбору 1**

**Математика в экономике**

**Пререквизиты:** Школьный курс математики.

**Постреквизиты:** Экономико – математические методы, Анализ данных и прогнозирование экономики, Маркетинговые исследования.

**Цель:** ознакомить студентов с основами математического аппарата, необходимого для изучения различных дисциплин, а также для решения теоретических и прикладных задач соответствующей специальности; привить студентам умение самостоятельно изучать учебную литературу по математике и ее приложениям; развить логическое мышление и повысить общий уровень математической культуры

**Краткое описание курса:** Определители. Матрицы. Системы линейных уравнений. Аналитическая геометрия на плоскости. Введение в математический анализ. Производная функции одной переменной. Приложения производной. Неопределенный интеграл. Определенный интеграл. Функции нескольких переменных. Дифференциальные уравнения первого порядка. Дифференциальные уравнения второго порядка. Числовые ряды. Степенные ряды. Определение вероятности. Основные теоремы теории вероятностей. Выборочный метод

**Ожидаемые результаты:**

- овладеть методологией и методикой дисциплины «Математика в экономике», способствующей научному познанию будущими специалистами окружающего социального мира;

- уметь использовать математические понятия, формулы, теоремы на практике и понимать их назначение и роль в решении профессиональных задач;

- строить аргументацию посредством поиска, анализа и синтеза информации с учетом социальных, этических и научных соображений;

- представлять информацию в различных формах сообщений, сотрудничать и работать в группе, дискутировать и отстаивать свою позицию, принимать решения;

- иметь навыки самостоятельной работы, развить в себе умение и способность к самообразованию, понимать необходимость постоянного обновления профессиональных знаний.

**Лектор: к.ф.-м.н., доцент Швейдель А.П., ст. преподаватель Алимова Б.Ш.**

**Дискретная математика**

**Пререквизиты:** Школьный курс математики.

**Постреквизиты:** Экономико – математические методы, Анализ данных и прогнозирование экономики, Маркетинговые исследования.

**Цель:** ознакомить студентов с основами дискретной математики (математической логики, теории графов и кодирования), необходимого для исследования фундаментального понятия математики, способы возможных видов доказательств и понятия различных способов вычислений; а также применять эти знания в прикладных задачах

**Краткое описание курса.** Дискретная математика играет важную роль в вопросах построения и изучения поведения абстрактных моделей реальных систем. В данном курсе из теории множеств рассмотрена лишь аксиоматическая сторона. В изложении элементов математической логики включено рассмотрение Булевых функций. В теории графов даны определения характеристики и частные виды графов, а также основные модели систем и задачи на графов. В разделе «Комбинаторный анализ» рассматривается общая комбинаторная схема перечисления

**Ожидаемые результаты:**

- овладеть методологией и методикой изучения основ математической логики, теории графов, теории кодирования;

- использовать алгоритмические методы при доказательстве теорем и в решении задач;

- строить аргументацию и доказательства на основе анализа и синтеза информации с учетом основных понятий и определений, связанных с дискретной математикой;

- используя основы дискретной математики, представлять информацию в виде самостоятельных работ, докладов и отчетов;

- иметь навыки самостоятельной работы с элементами теории кодирования, элементами теории графов и основ математической логики, уметь их применять в прикладных задачах будущей специальности.

**Лектор: к.ф.-м.н., доцент Айтенова М.С.**

**Курс по выбору 2**

**Анализ данных и прогнозирование экономики**

**Пререквизиты:** Математика в экономике, Дискретная математика.

**Постреквизиты:** Промышленный маркетинг, Стандартизация метрология и сертификация, Практический маркетинг

**Цель**: овладение знаниями в области построения аналитических списков данных, структурно - аналитического и статистического анализа исследуемых данных, получение навыков по использованию приемов и методов при моделировании реальных экономических ситуаций и умение адекватно оценивать получаемые результаты анализа данных

**Краткое содержание:** Характеристика пакетов математических расчетов. Вычисление итогов. Консолидация данных. Поиск решения для анализа данных. Использование фильтрации базы данных. Анализ данных с помощью сводных таблиц. Построение графиков для анализа данных. Анализ статистических данных с помощью пакета анализа. Статистический анализ и прогнозирование данных в экономике. Средства автоматизации научно-исследовательских работ в ППП MathCad. Средства обработки и анализа данных в ППП MatLab

**Ожидаемые результаты:** компетенции в области методов и моделей анализа исследуемых данных, построение графиков и решение нелинейных уравнений для анализа данных, работа в среде электронных таблиц.

**Лектор: преп. Игилик С.**

**Эконометрика (Econometrics)**

**Pre-requisites**: "Economic theory", "Higher mathematics»

**Post-requisites**: "data Analysis and economic forecasting", " Quantitative analysis in logistics»

**Purpose:** to teach students to build and analyze mathematical models of real economic phenomena on the basis of real statistical data, to process and present the results of modeling in a visual form: in the form of tables, graphs, and diagrams.

Brief description of the course: econometrics Subject. Random nature of economic phenomena and statistical regularity. Stages of econometric modeling. General population and sample. Method for presenting and processing statistical data. The sample characteristics. Statistical hypothesis. Errors of the first and second kind. General scheme of hypothesis testing. Pearson's Criterion. Paired linear regression. Least square method. Correlation coefficient. Classical normal linear model of multiple regression. Estimation of parameters of the linear model of multiple regression. Multiple and partial correlation. The essence of multicollinearity. Consequences of multicollinearity. Determination of multicollinearity. Elimination of multicollinearity. The need to use dummy variables. ANCOVA models if a dummy variable has two alternatives. ANCOVA models if there are more than two alternatives for qualitative variables. Regression with one quantitative and two qualitative variables. Classes of nonlinear regressions. The parabolic shape of the dependence. Hyperbolic form of dependence. The exponential form of the dependence. Power form of dependence. The concept of elasticity. Average and point elasticity coefficients. Formulas for calculating elasticity coefficients for different types of regression equations. Partial elasticity coefficients. Evaluating the significance of linear regression and correlation parameters. Evaluating the significance of nonlinear regression parameters. Evaluating the reliability of multiple regression and correlation results. The essence of heteroscedasticity and its consequences. Detection of heteroscedasticity. Ways to mitigate heteroscedasticity. The essence of autocorrelation. Detection of autocorrelation of random components. Methods for eliminating autocorrelation. Methods for estimating the correlation coefficient between deviations. Types of econometric systems. Estimation of structural model parameters. Analysis of evaluation methods.

**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.

**Лектор: вакансия**

**Курс по выбору 3**

**Экология и безопасность жизнедеятельности**

**Пререквизиты:** Школьный курс ОБЖ

**Постреквизиты**: Модуль МСПЗ, Организация грузовой и коммерческой логистики, Транспортная логистика; Логистика снабжения и логистика производства.

**Целью изучения** дисциплины является формирование экологического мировоззрения, получение глубоких системных знаний и представлений об основах устойчивого развития общества и природы, теоретических и практических знаний по современным подходам рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды. Приеобретение теоретических знаний и практических навыков, необходимыми для создания безопасных и комфортных условий жизнедеятельности, принятия грамотных решений в условиях чрезвычайных ситуаций по защите населения и производственного персонала объектов хозяйствования от возможных последствий аварии, катастроф, стихийных бедствий. Дисциплина изучает взаимодействия живых организмов со средой обитания, закономерности развития биосферы, функционирования экосистем и биосферы в целом, а также приемы оказания первой медицинской помощи и защиты человека от негативных воздействий антропогенного и естественного происхождения

Задачи:

- ознакомить учащихся с проблемами современной цивилизации;

- изучить основные закономерности функционирования живых организмов, экосистем различного организации, биосферы в целом и их устойчивости;

- сформировать знания об экологических последствиях хозяйственной деятельности человека в условиях интенсификации природопользования;

- сформировать у студентов комплексный объективный и творческий подход к обсуждению наиболее острых и сложных проблем экологии, охраны окружающей среды и устойчивого развития.

-сформировать практические навыки оказания первой медицинской помощи

-сформировать умение использовать полученные знания в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени,

-сформировать навыки применения способов защиты населения при организации и проведении спасательных работ, а также при ликвидации последствий стихийных бедствий

В процессе изучения курса у обучаемых формируется комплекс знания по закономерностям развития биосферы и условий сохранения ее устойчивости, также вырабатываются навыки анализа экологических процессов, постановка конкретных задач и приоритетов устойчивого развития природы и общества.

**Результаты обучения (компетенции):**

**А**. Объяснять основные закономерности взаимодействия природы и общества; основы функционирования экосистем и развития биосферы; влияние вредных и опасных факторов производства и окружающей среды на здоровье человека; концепцию, стратегии, проблемы устойчивого развития и практические подходы к их решению на глобальном, региональном и локальном уровнях; основы законодательства по охране окружающей среды; принципы организации безопасных производственных процессов.

В. Оценивать экологическое состояние природной среды; проводить оценку техногенного воздействия производства на окружающую среду; критически осмысливать тенденции развития эколого-экономических систем, связанных с использованием природных ресурсов и охарактеризовать их экологические последствия, иметь навыки изучения компонентов экосистем и биосферы в целом; определения оптимальных условий устойчивого развития эколого-экономических систем.

С. Демонстрировать экологическую культуру, сформированность критического мышления, креативность и готовность к коллаборации

D. Осуществлять логические дискуссии по темам, связанным с решением природоохранных задач; иметь навыки поиска и систематизации научной и специальной литературы.

Е. Осуществлять межличностные, межкультурные и профессиональные коммуникации анализировать информацию в соответствии с ситуацией, идентифицировать приемы оказания первой медицинской помощи и защиты человека в условиях техносферы от негативных воздействий антропогенного и естественного происхождения;

Ғ. Знать методы научных исследований и академическое письмо и применять их в изучаемой области;

G. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области;

Н. Понимать значение принципов и культуры академической честности.

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: информационно-презентационные лекции, рубежный контроль, написание СРС и СРСП, интерактивные методы: лекция-визуализация, подготовка докладов-презентаций. обсуждение проблемных ситуаций.

**Методология** дисциплины **«Экология и безопасности жизнедеятельности»** определяется ее особенностями, связь с другими дисциплинами цикла через раскрытие специфики общих понятий (организм, система, среда обитания, равновесие, устойчивость, развитие, воздействие на среду и др.) и схема развития формирования основных понятий курса.

Для проверки знаний студентов по окончании изучения отдельных разделов (частей) рекомендуется два рубежных контроля. В качестве контроля по дисциплине проводится экзамен.

По дисциплине Экология и безопасность жизнедеятельности имеется МООК, позволяющий через интерактивное участие осваивать основные положения дисциплины.

**Религиоведение**

**Пререквизиты:** Модуль МСПЗ

**Постреквизиты:** Модуль МСПЗ, Философия

Курс«Религиоведение» является формирование знаний об основных религиозных направлениях, формирование культуры межконфессионального общения, толерантности и умение противостоять влиянию нетрадиционных тоталитарных религиозных объединений и религиозного экстремизма. Курс религиоведения призван сформировать культуру межконфессионального общения и преодолеть влияние религиозного экстремизма.

**Задачи:**

* раскрыть сущность и функции религии в сопоставлении с другими формами духовности;
* выработка философских основ понимания мира, способность ориентации в различных религиозных течениях, способности изложения методологических принципов и гносеологических проблем в философском мировоззрении;
* приобщение к религиоведческой проблематике: соотношение природного и общественного, цивилизации и культуры, глобальным проблемам современности;
* определение проблемы человека как центральной в религиоведении, рассмотрение сущности сознания, освоение категориально-понятийного аппарата религиоведения
* знакомство с основными этапами истории религии с современной методологической позиции

Студент обязан в области религиоведения:

* иметь представление о философских основах религиозного мировоззрения, научной картины мира;
* иметь представление о богословском понимании сущности, назначении и смысла жизни человека, о многообразии форм человеческого знания;
* понимать смысл взаимоотношения духовного и телесного, биологического и социального в человеке, понимать отношение человека к природе и возникших в современную эпоху технического прогресса развития сущности противоречий и кризиса существования человека в природе;
* знать сущность сознания, его взаимоотношения с бессознательным, его связь с бессознательным, роль сознания в поведении, общении и деятельности людей, формировании личности и ее социализации;
* понимать роль науки в развитии цивилизации, быть знакомым с важнейшими отраслями науки и этапами развития гуманитарного знания, особенностями функционирования знания в современном обществе.

**Результаты обучения (компетенции):**

А. демонстрировать знание и понимание общетеоретических вопросов религии; социокультурных специфических особенностей религии;  истории становления и развития религии как социального феномена, сущности развития религии, ее динамику, эволюцию формирования религиозных норм, особенностей содержательной и обрядовой части различных конфессий; видов религий, их эволюции; нормативно-правовой базы, регламентирующей религиозную политику в казахстанском обществе и в мире;

1. излагать и критически анализировать базовую религиоведческую информацию, особенности и противоречия функционирования религии в современном обществе, ее социальную роль и направления воздействия на различные стороны общественной жизни; аргументировать критерии типологической дистинкции религий; выявлять специфику того или иного вероучения, этических программ, характерных для каждого типа религий; интерпретировать религиозные и религиоведческие тексты, различия культовой практики;
2. трансформировать теоретический уровень осмысления информации в соответствующий ему уровень коммуникативного процесса, аргументировано, доказательно высказывать и обосновывать собственный взгляд на ту или иную религиоведческую проблему, толерантно воспринимать иную позицию.
3. осуществлять межличностные, межкультурные и профессиональные коммуникации, коммуникации в религиозной сфере, используя грамматические знания и речевые средства в устной и письменной формах на государственном, русском и иностранном языках, владеть академическим письмом;
4. демонстрировать корректное поведение в сфере профессионального и личного общения, затрагивающего религиозные аспекты социальных отношений, разрешать конфликтные ситуации, вести диалог в вопросах вероисповедания;
5. определять ценностные ориентации личностного развития; выбирать средства их достижения; проявлять высокий уровень гражданской активности и ответственности в рамках утверждения культуры межконфессиональных отношений в условиях становления гражданского общества; организовывать индивидуальную и коллективную работу в коллективе в контексте реализации Доктрины Национального Единства, Национальной идеи «Мәңгілік Ел», Программы «Рухани Жаңғыру»;
6. понимать значение принципов академической честности и проявлять культуру академической честности.

**Методология** дисциплины **«Религиоведение»** основана на принципах историзма, объективности, возможной полноты и достоверности информации.

Особенности и методику преподавания курса определяет принцип толерантности, направленность на формирование культуры межконфессионального общения.

**Методы изучения дисциплины:** В процессе преподавания и изучения студентами курса религиоведения применяются основные методы (проблемные методы, тестирование, метод проектов, кейс-метод, дебаты, дискуссии) и принципы:принцип единства исторического и логического;принцип культур-историзма; метод культур-релятивизма; метод восхождения от абстрактного к конкретному; метод философской компаративистики и другие.

**МК «Ценности Мәңгілік ел»**

**Пререквизиты:** Модуль МСПЗ

**Постреквизиты:** Модуль МСПЗ, Философия

**Ценности «Mәңгілік Ел»** - это целостное пред­ставление об истоках народных традиций и интересах Отечества, суть казахского бытия в социокультурном пространстве, общественная и внутренняя жизнь человека, базирующиеся на открытой системе равноправных взаимоотношений и единстве сообщества людей в определенном местожительстве - Атамекене.

**Цель преподавания дисциплины Ценности «Мәңгілік ел»** - воспитание нового поколения специалистов, социально активных членов общества с высоким уровнем развития национального самосознания, национального духа, духа патриотизма, исторического сознания и социальной памяти; духа профессионализма и конкурентоспособности, готовых к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности нашего государства, способных строить конструктивный диалог с представителями других культур.

## Задачи курса:

-ознакомить студентов с основной проблематикой курса, дать будущим специалистам целостное пред­ставление об истоках народных традиций и интересах Отечества,

-раскрыть суть казахского бытия в социокультурном пространстве,

-воспроизвести общественную и внутреннюю жизнь человека, базирующуюся на открытой системе равноправных взаимоотношений и единстве сообщества людей в определенном местожительстве - Атамекене.

**Результаты обучения, студент должен:**

A. Демонстрировать знание исторического прошлого и наследия народов, проживающих в Казахстане; достижений современного Казахстана; значение общечеловеческих и национальных ценностей в модернизационных процессах казахстанского общества; определять гражданскую идентичность как фактор формирования Нации Единого Будущего.

B. Быть способным к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности нашего государства; проявлять высокий уровень национального самосознания, содействовать воспитанию нового казахстанского патриотизма и гражданственности; осознавать личную ответственность за благополучие общества и будущее страны, гражданскую ответственность и новый казахстанский патриотизм.

С.Использовать методы информационно-поисковой и аналитико-синтетической деятельности при оценке консолидирующих ценностей на базе идеи Мәңгілік Ел; уметь высказать суждения по социально-политическим и социокультурным процессам, явлениям и фактам на основе научного критического анализа; различать стратегии разных типов исследований общества и обосновывать выбор методологии для анализа конкретных проблем; уметь выявлять причинно-следственные связи в общественном развитии и формулировать на этой основе заключения.

D.Представлять информацию в различных формах сообщений с учетом специфики аудитории; владеть исторической информации; организовывать и участвовать во взаимодействии с профессиональным и окружающим сообществом, работать в группе, владеть различными социальными ролями в коллективе.

E.Повышать навыки самостоятельной работы и развитие потребности в личностном и профессиональном самосовершенствовании; извлекать пользу из опыта, организовывать взаимосвязь своих знаний и упорядочивать их, видеть перспективы собственной деятельности; развивать лидерские качества и стремиться к социальному и личностному самоопределению и самореализации.

G. Понимать значение принципов академической честности и проявлять культуру академической честности.

**Методология** дисциплины «Ценности «Мәнгілік Ел» основана на положениях и принципах философии, истории и социологии. В процессе преподавания целесообразно использовать проблемные методы, кейс-метод, тестирование, метод проектов, дебаты, дискуссии и др.

**ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цикл дисц.** | **Код дисц.** | **Наименование дисциплины** | **Кол кред.** | **Сем.** | |
| **2 курс** | | | | | |
| **БД** |  | **Курс по выбору 1** |  | |  |
|  | IK | Инфографика и коммуникации/ Information and communication | 5 | | 4 |
|  | VM | Визуализация в медиакоммуникации | 5 | | 4 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 2** |  | |  |
|  | Sta | Статистика | 5 | | 3 |
|  | SS | Социальная статистика | 5 | | 3 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 3** |  | |  |
|  | SS | Цены и ценообразование | 5 | | 4 |
|  | BU | Бухгалтерский учет | 5 | | 4 |
|  |  | **Курс по выбору**  4 (**MINIOR)** |  | |  |
|  |  | MINIORA "Экономические основы предпринимательства | 5 | | 3,4 |
|  |  |  |  | |  |

**2 курс**

**Курс по выбору 1**

**Инфографика и коммуникации**

**Пререквизиты: «**Информационно-коммуникационные технологии (Information and communication technologies )», «Модуль СПЗ»

**Постреквизиты:**  «Информационная логистика», «Управление информационными ресурсами в логистике», «Компьютерное моделирование в логистике».

**Цель:** преподавания учебной дисциплины «Инфографика и медиакоммуникации» является формирование навыков использования инфографики медиа продуктов в области продвижения материальных, финансовых, информационных потоков.

**Краткое описание курса:** Теоретической базой дисциплины являются труды современных ученых в области инфографики, актуальных экономических, организационных и проблем развития коммуникационной сферы. В процессе преподавания целесообразно использовать: ситуационные задачи, метод групповых проектов, метод сравнительного анализа и другие активные методы.

**Ожидаемые результаты**

1. Владеть культурой мышления; иметь навыки к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и путей ее достижения; уметь проводить маркетинговые исследования;
2. уметь анализировать рыночную ситуацию, моделировать способы преобразования информации для обеспечения устойчивых конкурентных преимущества продукта;
3. умение предоставлять в вышестоящие организации и/или по запросу подготовленный продукт, уметь использовать в профессиональной деятельности базовые знания основ информатики
4. овладеть практическими навыками проектирования и создания различных типов торговых марок, визуальных символов и логотипов;
5. иметь навыки самостоятельной работы, понимать необходимость постоянного обновления профессиональных знаний

**Лектор: ст.преподаватель Шахшина А.К.**

**Визуализация в медиакоммуникации**

**Пререквизиты:** «Информационно-коммуникационные технологии (Information and communication technologies )», «Модуль СПЗ»

**Постреквизиты**: «Информационная логистика», «Управление информационными ресурсами в логистике», «Компьютерное моделирование в логистике».

**Цель:** Основная цель курса «Визуализация в медиакоммуникации» - обеспечить формирование компетенций и индивидуального творческого стиля в сфере визуальной репрезентации информации различных типов для создания эффективных медийных продуктов.

**Краткое описание курса:** Компетенции формируются на базе критического ивизуального мышления, которые определяют усвоениестудентом навыков визуальной медиаграмотности, визуальной культуры, технологий анализа и создания визуальных медиапродуктов, обеспечивающих продуктивную коммуникацию медиа с целевой аудиторией. Данные компетенции становятся доминирующими в условиях «визуального поворота» в коммуникации. Предмет курса изучается в рамках медиа визуалистики, нового направления медиа исследований. В ходе курса студенты будут искать ответ на вопрос о том, как технологии определяют параметры современной визуализации в медиа: от фото до big data проектов

**Результаты обучения (компетенции), студент должен:**

1. умение предоставлять в вышестоящие организации и/или по запросу подготовленный продукт, уметь использовать в профессиональной деятельности базовые знания основ информатики
2. овладеть практическими навыками проектирования и создания различных типов торговых марок, визуальных символов и логотипов;
3. иметь навыки самостоятельной работы, понимать необходимость постоянного обновления профессиональных знаний

**Лектор: ст.преподаватель Шахшина А.К.**

**Infographics**

**Prerequisites:** "Information and communication technologies (Computer science)", "Mathematical modeling in logistics", " Cultural Studies”.

**Post-requisites:** "Information logistics", " Statistics”.

**Purpose**: to develop the skills of using infographics of media products in the field of promoting material, financial, and information flows.

**Brief description of the course:** The theoretical basis of the discipline is the works of modern scientists in the field of infographics, current economic, organizational and communication development problems. In the process of teaching, it is advisable to use: situational tasks, the method of group projects, the method of comparative analysis and other active methods.

**Expected results**

1. Possession of a culture of thinking; skills to perceive, analyze, summarize information, set goals and ways to achieve it; ability to conduct marketing research;
2. Ability to analyze the market situation, model ways to transform information to ensure a sustainable competitive advantage of the product;
3. Ability to provide a prepared product to higher-level organizations and / or on request, to use basic knowledge of the computer science in professional career;
4. Mastering practical skills in designing and creating different types of trademarks, visual symbols, and logos;
5. Having the skills of independent work, understanding of the need for constant updating of professional knowledge.

**Lecturer: A.K.Shakhshina, tutor**

**Курс по выбору 2**

**Статистика**

**Пререквизиты:** «Цены и ценообразование», «Математика в экономике», «Анализ данных и прогнозирование экономики»,

**Постреквизиты:** «Бухгалтерский учет», «Финансы», «Маркетинговые исследования», «Практический маркетинг»

**Краткое описание курса:** дать представление о сущности статистического метода и особенностях его применения к изучению социально-экономических явлений и процессов. В этой дисциплине раскрываются назначение и методы построения основных статистических показателей, которые описывают состояние и развитие экономики, национальное богатство, воспроизводство населения, уровень жизни населения. Курс состоит из общей теории статистики и социально-экономической статистики.

**Ожидаемые результаты:**

А. обучающиеся должны иметь представление о сущности статистического метода и особенностях его применения в изучении социально-экономических явлений и процессов.

В. знать методы сбора и группировки данных, обработки цифрового материала

С. осуществлять анализ статистической совокупности, устанавливать взаимосвязь между явлениями и процессами, происходящими в экономике

D. обосновать применение статистических методов и знаний на практике.

Е. реализовать потребность в личностном развитии и профессиональном самообразовании

**Лектор:** доцент Юртаева Т.М.,

**Социальная статистика**

**Пререквизиты:** «Цены и ценообразование», «Математика в экономике», «Анализ данных и прогнозирование экономики»,

**Постреквизиты:** «Бухгалтерский учет», «Финансы», «Маркетинговые исследования», «Практический маркетинг»

**Цель** преподавания дисциплины состоит в теоретическом и практическом ознакомлении с основными методами и подходами теории статистики к задачам анализа и обработки статистических данных, которые охватывают различные аспекты социальной отношений.

**Краткое описание курса:** Предмет, методы, задачи и организация социальной статистики. Статистика социальной структуры населения. Основные понятия и положения математической статистики. Первичная статистическая обработка. Демографическая статистика и статистика труда. Социальная статистика национального богатства и статистика окружающей среды. Статистика уровня жизни населения. Статистика потребления населением товаров и услуг. Статистика социального обеспечения и социальной защиты населения. Статистика жилищных условий и социальной инфраструктуры. Статистика здоровья и заболеваемости населения. Статистика уровня развития образования населения

**Ожидаемые результаты:**

-владеть культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию

информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

-использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и

экономических наук при решении социальных и профессиональных задач ;

-владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией .

**Лектор: доцент Юртаева Т.М.**

**Курс по выбору 3**

**Цены и ценообразование**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», **«**Статистика», «Математика в экономике»

**Постреквизиты:** «Организация и оценка бизнеса», «Практический маркетинг», «Оптово-розничная торговля»

**Цель:** изучение основ управления ценообразованием хозяйствующих субъектов.

**Краткое описание курса:** Основные вопросы ценообразования при переходе к рынку. Классификация цен и их система. Состав и структура цены. Ценообразующие факторы. Структура рынка и ценообразование. Этапы процесса ценообразования. Ценовая политика фирмы. Издержки и их роль в формировании цен. Методы ценообразования. Риск в ценообразовании и страхование цен. Особенности ценообразования в некоторых отраслях и сферах экономики. Опыт ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах.

**Ожидаемые результаты:** студент должен знать законы и тенденции воздействующие на процессы формирования и движения цен.

**Лектор: к.э.н., доцент Мажитова С.К.**

**Бухгалтерский учет**

**Пререквизиты дисциплины:** «Высшая математика», «Information and communication technologies», «Методы принятия оптимальных решений», «Цены и ценообразование».

**Постреквизиты дисциплины:** «Организация и оценка бизнеса», «Статистика»

**Цель:** изучение фундаментальных теоретических основ методологии системы бухгалтерского учета на предприятиях отрасли

**Краткое описание курса:** Бухгалтерский учет как информационная система. Концепции и принципы бухгалтерского учета. Принципы двусторонности и балансовое уравнение. Двойная запись и бухгалтерские счета. Учетный цикл и подготовка финансовой отчетности. Учет доходов и денежных средств и дебиторской задолженности. Запасы и себестоимость реализованной продукции. Долгосрочные (внеоборотные) активы: учет, износ и амортизация. Учет расходов. Учет обязательств и капитала. Подготовка финансовой отчетности

**Ожидаемые результаты:** демонстрировать знания и понимание принципов бухгалтерского учета на предприятии, включая отрасли; применять эти знания и понимание на профессиональном уровне; формулировать аргументы и решать проблемы принципов бухгалтерского учета; осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений, сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам.

**Лектор: доцент Разливаева Л.В., ст.преподаватель Хасенова Г.Т.**

**ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цикл дисц.** | **Код дисц.** | **Наименование дисциплины** | **Кол кред.** | **Семестр** |
| **3 курс** | | | | |
| **БД** |  | **Курс по выбору 1** |  |  |
|  | MK DM | Междисциплинарный курс "Digital-маркетинг" | 5 | 6 |
|  | IM | Интернет-маркетинг | 5 | 6 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 2** |  |  |
|  | РР | Поведение ипотребителей | 5 | 5 |
|  | NN (TT) | Налоги и налогообложение (Тaxes and taxation) | 5 | 5 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 3** |  |  |
|  | CC | Цены и ценообразование | 5 | 5 |
|  | Fin | Финансы | 5 | 5 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 4** |  |  |
|  | PRTB | Паблик рилейшнз и теория брендинга | 5 | 5 |
|  | MK | Маркетинговые коммуникации | 5 | 5 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 5** |  |  |
|  | RTU (PGS) | Реклама товаров и услуг (Promotion of goods and services) | 5 | 6 |
|  | RSU | Реклама в сфере услуг | 5 | 6 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 6** |  |  |
|  | MSMB | Mерчендайзинг және сауда маркаларын баскару | 5 | 6 |
|  | L T | Логистика товародвижения | 5 | 6 |
| **БД** |  | MINIOR | 5 | 5,6 |

**Курс по выбору 1**

**МК Digital-маркетинг**

**Пререквизиты:**Информационно-коммуникационные технологии (Information and communication technologies, «Модуль СПЗ», Маркетинг

**Постреквизиты:** «Практический маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Производственная практика»

**Цель**: формирование знаний и навыков у слушателей в области осуществления рекламной деятельности в сети Интернет, освоение методов продвижения в Digital-маркетинге

**Краткое описание курса:** Маркетинг товаров и услуг, использующий цифровые технологии для взаимодействия с потребителями на всех этапах. В отличие от интернет-маркетинга, он использует не только глобальную сеть, но и оффлайн-каналы: например, POS-терминалы или умные электронные гаджеты.

В маркетинге актуальны разные направления, но Digital набирает особую популярность, как в сегменте b2c, так и в b2b. Он позволяет тесно взаимодействовать с потребителями и охватывать большую часть целевой аудитории, поэтому отличается высокой эффективностью. Например, он активно используется для продвижения брендов Samsung, Apple, Xiaomi, а об их прибыли можно судить по стоимости флагманских смартфонов и степени известности компаний.

**Ожидаемые результаты:**

* анализировать исходные данные, необходимые для проведения эффективной рекламной кампании;
* составлять портрет потребителя продукции и определять состав целевой аудитории рекламодателя.
* уметь разрабатывать сайт
* уметь использовать возможности интернет ресурсов
* организовывать маркетинговые исследования в Интернет.

**Лектор: ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Интернет-маркетинг**

**Пререквизиты:** Информационно-коммуникационные технологии (Information and communication technologies, «Модуль СПЗ», Маркетинг

**Постреквизиты:** «Практический маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Производственная практика»

**Цель**: формирование знаний и навыков у слушателей в области осуществления маркетинговой и рекламной деятельности в сети Интернет, Освоение методов продвижения в Интернете

**Краткое описание курса:** Интернет-маркетинг как неотъемлемая часть маркетинговой стратегии. Сайт, как инструмент маркетинга. Принципы построения и возможности E-mail маркетинг. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет. Оценка эффективности рекламной кампании. Проведение маркетинговых исследований в Интернет. Реклама в сети Интернет. Социальные медиа в маркетинге. Методы продвижения в Интернет

**Ожидаемые результаты:**

* анализировать исходные данные, необходимые для проведения эффективной рекламной кампании;
* составлять портрет потребителя продукции и определять состав целевой аудитории рекламодателя.
* уметь разрабатывать сайт
* уметь использовать возможности интернет ресурсов
* организовывать маркетинговые исследования в Интернет.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Курс по выбору 2**

**Поведение потребителей**

**Пререквизиты:** «Основы противодействия коррупции (Basis of anticorruption)», «Модуль СПЗ»

**Постреквизиты: «**Стратегический маркетинг», **«**Реклама товаров и услуг»

**Цель:** изучение теоретических основ поведение потребителей и овладение практическими навыками в области изучения и моделирования поведения потребителей и принятия решений о покупке, методологии анализа и оценки мотивации покупателей для разработки маркетинговых мероприятий по завоеванию и удовлетворению целевых сегментов рынка.

**Краткое описание курса:** Изучение теоретических основ поведения потребителей и овладение практическими навыками в области изучения и моделирования поведения покупателей, и принятия решений о покупке. Роль потребителей в системе маркетинга, типы покупательского поведения, модели и моделирование поведения потребителя, поведение индивидуального потребителя. Направления изучения потребителей: по изучению отношения к предприятию с различным аспектом деятельности предприятия в разрезе отдельных элементов. Факторы, определяющие имидж предприятия. Изучение намерений и поведения потребителей. Права потребителя. Закон РК «О защите прав потребителей».

**Ожидаемые результаты:** студент должен правильно оценить мотивацию покупательского поведения, владеть передовыми методами изучения поведение потребителей, знать модели покупательского поведения, делать прогноз их поведения на рынке и аргументировать свою точку зрения.

**Лектор: ст.преп. Томашинова А.Е.**

**Налоги и налогообложение** (Тaxes and taxation)

**Налоги и налогообложение (Taxes and taxation)**

**Пререквизиты:** «Статистика», «Социальная статистика»

**Постреквизиты:** «Управление маркетингом», «Практический маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Ресторанный и гостиничный маркетинг»

**Prerequisites:** «Economic theory»

**Post-requisites**: «Organization of cargo and commercial work», «Transportation in the supply chain»

**The purpose of course:** 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:** Theoretical aspects of the functioning and development tax. Differentiation of taxes and fees between levels of the budget system. Features of functioning of the main groups of taxes in the tax system of the Republic of Kazakhstan. Features of the application of special tax regimes for certain categories of taxpayers. Tax administration.

**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.

**Лектор: к.э.н., доцент Улаков Н.С.**

**Курс по выбору 3**

**Цены и ценообразование**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», **«**Статистика», «Математика в экономике»

**Постреквизиты:** «Организация и оценка бизнеса», «Практический маркетинг», «Оптово-розничная торговля»

**Цель:** изучение основ управления ценообразованием хозяйствующих субъектов.

**Краткое описание курса:** Основные вопросы ценообразования при переходе к рынку. Классификация цен и их система. Состав и структура цены. Ценообразующие факторы. Структура рынка и ценообразование. Этапы процесса ценообразования. Ценовая политика фирмы. Издержки и их роль в формировании цен. Методы ценообразования. Риск в ценообразовании и страхование цен. Особенности ценообразования в некоторых отраслях и сферах экономики. Опыт ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах.

**Ожидаемые результаты:** студент должен знать законы и тенденции воздействующие на процессы формирования и движения цен.

**Лектор: к.э.н., доцент Мажитова С.К.**

**Финансы**

**Пререквизиты:** Математика в экономике, Статистика,Макроэкономика

**Постреквизиты:** «Управление маркетингом», «Практический маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Ресторанный и гостиничный маркетинг»

**Цель:** обеспечить теоретическую и практическую подготовку студентов в усвоении финансовых категорий, понятий, терминов, их классификации, значении и месте в социально-экономических процессах.

**Краткое описание курса:** Сущность, функции и роль финансов в общественном воспроизводстве. Организация финансовой системы. Финансовая политика и финансовый механизм. Финансы хозяйствующих субъектов. Общая характеристика государственных финансов. Государственные доходы и расходы. Налоги и организация налоговой системы. Государственный бюджет. Государственные внебюджетные фонды. Государственный кредит и государственный долг. Финансы и инфляция. Страхование. Государственное финансовое регулирование экономики. Финансовый рынок. Финансы в системе внешнеэкономических связей. Финансы домашних хозяйств

**Ожидаемые результаты:**

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Понимать объективные возможности финансов в обществе, изыскивать источники финансовых ресурсов, знать характер финансовых отношений на современном этапе, определять роль государства в управлении финансами, его финансовой политики, механизма налогообложения, страхования;

- Уметь использовать методологию финансовых исследований (поиск и анализ литературы, теоретические и прикладные исследовательские навыки, умение критически оценивать и презентовать изыскания);

- Знать современные методы менеджмента в сфере финансов хозяйствующих субъектов, финансового планирования и прогнозирования;

- Проводить анализ и оценку существующих финансово-экономических рисков, составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро-уровне;

- Уметь применять полученные знания для решения проблем на основе принятия оптимальных экономических решений.

**Лектор: к.э.н., профессор Серикова Г.С.**

**Курс по выбору 4**

**Паблик рилейшнз и теория брендинга**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Поведение потребителей», Модуль СПЗ

**Постреквизиты:** «Управление маркетингом**»,** производственная практика

**Цель:** изучить алгоритмы воздействия на состояние общественного мнения, технологий завоевания доверия общественности к организации;

- Научиться создавать позитивную известность, обеспечение взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;

- Сформировать у студента цельную систему экономического мышления, знаний и практических навыков в области разработки и продвижения, конкурентоспособных брендов на основе комплексного изучения рыночной ситуации.

**Краткое описание курса:** ПР – сущность и содержание. Основные этапы деятельности ПР. Средства коммуникации. Инструментарий ПР. ПР - стратегии в различных сферах. История возникновения и основные характеристики бренда. Брендинг в системе стратегического управления. Этапы разработки бренда: формирование идентичности бренда.

Этапы разработки бренда: маркетинговые исследования Управление брендовым портфелем Капитал бренда и его оценка Целостность восприятия бренда: роль массовых коммуникаций Бренды в некоммерческой деятельности и в В2В-сфере Интернет-брендинг Охрана и защита брендов

**Ожидаемые результаты:**

- овладеть знаниями основ паблик рилейшнз и теории брендинга;

- усвоить профессиональные знания и управленческую культуру фирм;

- научиться строить свои отношения с общественностью;

- уметь работать с интеллектуальной собственностью, с товарными знаками;

- изучить средства коммуникации;

- понимать брендинг в системе стратегического управления, управление брендовым портфелем;

- уметь оценивать бренд и его составляющие.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Маркетинговые коммуникации**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Финансы».

**Постреквизиты:** производственная практика, дипломная работа.

**Цель: и**зучить комплекс мер по продвижению товара (услуги) при помощи рекламы, продавцов, названий магазинов, оформления витрин, упаковки, рассылки литературы, раздачи бесплатных образцов, купонов, пресс-релизов и других коммуникационных и продвиженческих видов деятельности.

**Краткое описание курса:** Маркетинговые коммуникации - деятельность, совокупность средств и конкретные действия по поиску, анализу, генерации и распространению информации, значимой для субъектов маркетинговых отношений. Маркетинговый коммуникационный набор включает в себя следующие основные инструменты: − реклама, − личная продажа (продавцы, места продаж), − стимулирование сбыта, − связи с общественностью, − корпоративный имидж, − выставки, − спонсорство, − упаковка, − товарный знак (бренд), − оформление транспортных средств.

**Ожидаемые результаты:**

- овладеть знаниями маркетинговых коммуникации;

- усвоить профессиональные знания и управленческую культуру фирм;

- научиться строить коммуникации с общественностью;

- уметь работать с интеллектуальной собственностью, с товарными знаками;

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Курс по выбору 5**

**Реклама товаров и услуг (Promotion of goods and services)**

**Promotion of goods and services**

**Prerequisites:** Marketing.

**Post-requisites:** Мanagement firms

**Goal of teaching the discipline:** to determine the place of advertizing in a marketing mix, in system of marketing communications

**Short description of the course:** Advertizing in system of marketing communications. Evolution and main types of advertizing. Subjects of advertizing activities. Advertizing creativity. Social and psychological bases of advertizing. Purposes and tasks of advertizing of the Research of advertizing. Structure of the advertizing appeal. Advertizing means and their classification. The corporate style in advertizing. Organization of an advertizing campaign. Planning of advertizing activities. Forming of an advertizing budget. Advertizing researches. Regulations of advertizing activities. Advertizing efficiency evaluation

**Studying results:** the student shall be able to develop programs of an advertizing campaign of goods.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Реклама в сфере услуг**

**Пререквизиты: «**Маркетинг», «Маркетинг туризма», «Ресторанный и гостиничный маркетинг»

**Постреквизты:** «Управление маркетингом», «Производственная практика»

**Цель:** научить студентов ориентироваться в рыночной среде, вести конкурентную борьбу, организовывать и планировать рекламу. Изучаемый курс знакомит студента с теоретическими основами рекламной деятельности, помогает овладевать практическими навыками по организации и планированию рекламной деятельности

**Краткое описание курса:** Теоретические основы и современные концепции, маркетинговых коммуникаций. Целевые аудитории для маркетинговых коммуникаций. Каналы маркетинговых коммуникаций. Решения в системе продвижения-микс. Реклама: сущность и виды. Организация рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личные продажи. Маркетинг отношений. Новые коммуникационные технологии. Брендинг. Разработка бюджета продвижения. Маркетинговые коммуникации в отраслях

**Ожидаемый результат:**

- овладеть знаниями теоретических основ и концепций рекламы в сфере услуг;

- владеть навыками профессиональной деятельности в сфере услуг и организационными подходами к построению и формированию современных взглядов на особенности рекламы в сфере услуг;

- уметь выбирать каналы распространения рекламы;

- применять методику расчета рекламного бюджета и оценки эффективности рекламы

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Курс по выбору 6**

**Mерчендайзинг және сауда маркаларын баскару**

**Пререквизиттер:** Математикадағы экономика, Маркетинг

**Постреквизиттер:** Стратегиялық маркетинг / Стратегиялық менеджмент, Практикалық маркетинг/ Өнеркәсіптік маркетинг

**Мақсаты:** Компанияда мерчендайзердің ұйымдастыру қызметін зерттеу, мерчендайзинг құралдарын зерттеу, ауызша емес маркетингтік байланыс ретінде, мерчендайзинг тиімділігін бағалау.

**Курстың қысқаша сипаттамасы:** Маркетинг жүйесіндегі мерчендайзер. Мерчендайзингтің тұжырымдамасы. Мерчендайзинг және тұтынушы психологиясы. Тұтынушылардың жүрiс-тұрыс ерекшелiктері. Сауда залын орналастыру және өткізудің шағын аланың құру. Дүкенде тауарларды орналастыру және тесептеу. Бөлшек сауда кәсiпорындарының әр түрлi түрлерiнде сауда қызмет көрсетуiнiң әдiстерi.

**Күтілетін нәтижелер**: **:** Сауда залы мен дүкенді оңтайлы орналастыру өнер-біліміне ие болу, жеке алғанда;

* Сауда жабдығы ерекшелігінің ролі мен тағайындалуын және оның сауда залында орналасу қағидасын түсіну;
* Тауар сату орнының сыртқы қалпын қалыптастыру тәжірибесінде теориялық білімді қолдану;
* Өткізілетін тауарға баға белгілеуде тиімді тәсілге өзiндiк жұмыстың дағдыларын жоғарылату;
* Нақты сауда белгiсiлердiң тауарларының ынталандыру әдiстерiн әзiрлеуге ие болу.

**Лектор: маг. аға преподаватель Томашинова А.Е.**

**Логистика товародвижения**

**Пререквизиттер: «**Математика в экономике», «Основы Логистика», «Маркетинг»

**Постреквизиттер:** «Маркетинговая логистика», «Логистика в туризма»

**Цель**: дать студентам знания необходимые для понимания сущности и особенностей физического перемещения материалов, полуфабрикатов и готовой продукции до конечных потребителей, методах их эффективной организации, а так же путях взаимодействия складских предприятий посредников, транспортных терминалов и производственных складов.

**Краткое содержание:** **Методология** дисциплины определяется её особенностями и целью изучения. В этой связи в учебном процессе целесообразно использовать «тренажерные» методы обучения, направленные на формирование специальных знаний, умений, навыков, к числу которых относятся ситуационные задачи, открытые и закрытые тесты, деловые игры, кейс-методы и др.

**Ожидаемые результаты:**

* знать и понимать экономическую сущность товародвижения в логистике. и его влияния на конкурентоспособность не только товаров, но и фирм–участников интегрированных цепей поставок.
* уметь применять основные понятия, принципы и концепцию товародвижения в логистике при анализе практических ситуаций и разрабатывать эффективные решения по совершенствованию форм и путей товародвижения.
* знать и понимать экономические методы стимулирования и государственного регулирования товародвижения.
* овладеть практическими навыками выбора поставщиков, видов транспорта, систем распределения продукции, логистических посредников, расчета оптимальных размеров поставок.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Томашинова А.Е.**

**ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цикл дисц.** | **Код дисц.** | **Наименование дисциплины** | **Кол кред.** | **Семестр** |
| **4 курс** | | | | |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 1** |  |  |
|  | RTU (PGS) | Реклама товаров и услуг (Promotion of goods and services) | 5 | 7 |
|  | RSU | Реклама в сфере услуг | 5 | 7 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 2** |  |  |
|  | PM | Промышленный маркетинг | 5 | 7 |
|  | PM | Практический маркетинг | 5 | 7 |
| **БД** |  | **Курс по выбору 3** |  |  |
|  | ML | Маркетинговая логистика | 5 | 7 |
|  |  | МК Логистика в туризме | 5 | 7 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 4** |  |  |
|  | RGM | Ресторанный и гостиничный маркетинг | 5 | 7 |
|  | MU | Маркетинг услуг | 5 | 7 |
| **ПД** |  | **Курс по выбору 5** |  |  |
|  | BM | Банковский маркетинг | 5 | 7 |
|  | МТ | Маркетинг туризма | 5 | 7 |

**Курс по выбору 1**

**Реклама товаров и услуг (Promotion of goods and services)**

**Promotion of goods and services**

**Prerequisites:** Marketing.

**Post-requisites:** Мanagement firms

**Goal of teaching the discipline:** to determine the place of advertizing in a marketing mix, in system of marketing communications

**Short description of the course:** Advertizing in system of marketing communications. Evolution and main types of advertizing. Subjects of advertizing activities. Advertizing creativity. Social and psychological bases of advertizing. Purposes and tasks of advertizing of the Research of advertizing. Structure of the advertizing appeal. Advertizing means and their classification. The corporate style in advertizing. Organization of an advertizing campaign. Planning of advertizing activities. Forming of an advertizing budget. Advertizing researches. Regulations of advertizing activities. Advertizing efficiency evaluation

**Studying results:** the student shall be able to develop programs of an advertizing campaign of goods.

**Лектор: маг.ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Реклама в сфере услуг**

**Пререквизиты:** Маркетинг, Поведение потребителей,.

**Постреквизты:** Производственная практика, преддипломная практика, дипломная работа.

**Цель:** научить студентов ориентироваться в рыночной среде, вести конкурентную борьбу, организовывать и планировать рекламу. Изучаемый курс знакомит студента с теоретическими основами рекламной деятельности, помогает овладевать практическими навыками по организации и планированию рекламной деятельности

**Краткое описание курса:** Теоретические основы и современные концепции, маркетинговых коммуникаций. Целевые аудитории для маркетинговых коммуникаций. Каналы маркетинговых коммуникаций. Решения в системе продвижения-микс. Реклама: сущность и виды. Организация рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личные продажи. Маркетинг отношений. Новые коммуникационные технологии. Брендинг. Разработка бюджета продвижения. Маркетинговые коммуникации в отраслях

**Ожидаемый результат:**

- овладеть знаниями теоретических основ и концепций рекламы в сфере услуг;

- владеть навыками профессиональной деятельности в сфере услуг и организационными подходами к построению и формированию современных взглядов на особенности рекламы в сфере услуг;

- уметь выбирать каналы распространения рекламы;

- применять методику расчета рекламного бюджета и оценки эффективности рекламы

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Курс по выбору 2**

**Промышленный маркетинг**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Стратегический маркетинг»

**Постреквизты:** Производственная/ преддипломная практика, дипломная работа.

**Цель:** изучить содержание и специфику промышленного маркетинга

К**раткое описание курса:** Это маркетинг, который направлен на установление взаимоотношений с предприятиями, закупающими товары и услуги для дальнейшего изготовления готовой продукции. Цели промышленного маркетинга: получение максимальной прибыли; обеспечение устойчивого развития предприятия; достижение эффективности производства и реализации продукции; поддержание репутации предприятия среди госструктур; эффективная социально-экономическая политика на предприятии.

**Ожидаемый результат:**

* овладеть знаниями теоретических основ и концепции промышленного рынка;
* применять теоретические знания маркетинга на практике промышленного бизнеса
* владеть навыками анализа ценовой, сбытовой, коммуникационной политики;

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К**.

**Практический маркетинг**

**Пререквизиты:** Маркетинг, Маркетинговые исследования Стратегический маркетинг

**Постреквизты:** Производственная/преддипломная практика, дипломная работа.

**Цель:** изучить содержание и специфику практического маркетинга

К**раткое описание курса:** Теоретической базой дисциплины являются фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга, связей с общественностью, современных экономических, организационных и проблем развития коммуникационной сферы. В процессе преподавания целесообразно использовать: ситуационные задачи, метод групповых проектов, метод сравнительного анализа, кейсовый метод и другие активные методы.

**Ожидаемый результат:**

* овладеть знаниями теоретических основ и концепции промышленного рынка;
* применять теоретические знания маркетинга на практике промышленного бизнеса
* владеть навыками анализа ценовой, сбытовой, коммуникационной политики;

**Лектор: д.э.н. профессор Накипова Г.Е., маг.ст.преп. Томашинова А.Е.**

**Курс по выбору 3**

**Маркетинговая логистика**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Международный маркетинг»

**Постреквизиты:** производственная практика/преддипломная, дипломная работа.

**Цель:** является исследование теории и практики потоковых процессов, возникающих в сфере распределения. В частности, рассмотрены проблемы влияния жизненного цикла продукции на выбор стратегии распределения, определения критериев выбора транспортных предприятий-перевозчиков, установления цен в системе распределения товара, интегрирования и стратегического планирования в маркетинговой логистике

**Краткое описание курса:** Методология и научные основы маркетинговой логистики. Отличительные особенности нового рынка. Стратегии и основные показатели маркетинговой логистики. Логистическое моделирование сбыта. Методологические основы торговой логистики.Система складирования и складская переработка продукции. Роль продукции в концепции распределительной логистики. Транспортная составляющая в маркетинговой логистике. Информационные системы в маркетинговой логистике. Политика цен в логистической системе

**Ожидаемые результаты:** студенты в процессе изучения дисциплины должны:

- овладеть знаниями основ маркетинговой логистики;

- применять теоретические знания на практике;

- изучить инструментарий маркетинговой логистики;

- представлять информацию о формировании знаний, умений и навыков разработки стратегии логистики;

- сформировать у студента цельную систему экономического мышления, знаний и практических навыков в области маркетинговой логистики на основе комплексного изучения рыночной ситуации.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Томашинова А.Е.**

**МК Логистика в туризме**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Цены и ценообразование»

**Постреквизиты:** производственная практика/преддипломная, дипломная работа.

**Цель:** является овладение студентами знаний в области проведения логистических исследований, сущности логистического подхода к управлению в туристской индустрии. Знания, полученные в ходе изучения данной учебной дисциплины, позволят студентам квалифицированно управлять логистической деятельностью в туристической деятельности, управлять логистическими потоками в сфере гостеприимства

**Краткое описание курса:** «Логистика в туризме» относится к общенаучным дисциплинам и входит в состав вариативной части дисциплин, выбираемых студентами.

**Ожидаемые результаты:** студенты в процессе изучения дисциплины должны:

- применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии

- формировать информационную базу процесса принятия логистических решений; принимать логистические решения в условиях полного информационного обеспечения в сфере гостеприимства; реализовывать принятые логистические решения в сфере гостеприимства

- Владеть навыками определения эффективности принятых логистических решений в сфере туризма; навыками управления микрологистическими системами; навыками использования организационно-управленческих технологий в области разработки, утверждения и реализации принятых логистических решений.

- овладеть навыками выбора и принятия тактических и стратегических решений в разработке и реализации туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Томашинова А.Е.**

**Курс по выбору 4**

**Ресторанный и гостиничный маркетинг**

**Пререквизиты: «**Маркетинг»», «Цены и ценообразование», «Реклама в сфере услуг»

**Постреквизиты:** производственная практика, дипломная работа.

**Цель:** **«Маркетинг ресторанного дела и гостиничного бизнеса»** научить студентов ориентироваться в рыночной среде, вести конкурентную борьбу, организовывать и планировать рекламную деятельность.

**Краткое описание курса:**

- научиться составлять программу маркетинга для гостиничных предприятий и контролировать ее реализацию;

- уметь разработать фирменный стиль гостиничного предприятия, товарный знак, торговую марку;

- овладеть практическими методами проведения маркетинговых исследований потребителей гостиничных услуг;

- выявлять факторы, влияющие на поведение покупателей;

- разрабатывать эффективную товарную, ценовую и сбытовую политику на предприятиях индустрии гостеприимства;

- освоить технологию разработки маркетинговых коммуникаций гостиничных предприятий и рассчитывать ее эффективность.

В процессе освоения программы курса «Маркетинг ресторанного дела и гостиничного бизнеса» студенты рассмотрят теоретические и методологические аспекты маркетинговой деятельности ресторанного дела и гостиничного бизнеса. Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины позволят студентам свободно ориентироваться и прочно усваивать знания в дальнейшем научно-практической и общественной деятельности.

**Ожидаемые результаты**:

* составлять программу маркетинга для гостиничных предприятий и контролировать ее реализацию;
* уметь разработать фирменный стиль гостиничного предприятия, товарный знак, торговую марку;
* овладеть практическими методами проведения маркетинговых исследований потребителей гостиничных услуг;
* выявлять факторы, влияющие на поведение покупателей;
* разрабатывать эффективную товарную, ценовую и сбытовую политику на предприятиях индустрии гостеприимства;
* освоить технологию разработки маркетинговых коммуникаций гостиничных предприятий и рассчитывать ее эффективность.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Томашинова А.Е.**

**Маркетинг услуг**

**Пререквизиты:** «Маркетинг», «Поведение потребителей» , «Реклама в сфере услуг»

**Постреквизты:** Производственная / преддипломная практика, дипломная работа.

**Цель:** научить студентов ориентироваться в маркетинге услуг: формирование стратегий и оценка эффективности мероприятий по продвижению услуг.

**Краткое описание курса:** Маркетинг услуг: этапы становления и развития. Современные школы маркетинга услуг. Услуга как рыночный продукт. Сегментация рынка услуг. Формирование ценности услуг и особенности продаж сервисной компании. Управление спросов на услуги. Ценообразование в сфере услуг.

**Ожидаемые результаты:**

- анализировать маркетинговую среду бизнеса в сфере услуг;

- разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий сферы услуг, исходя из результатов ситуационного анализа и цели предприятия;

- проводить маркетинговые исследования в сфере услуг;

- принимать решения по комплексу производства услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям в сфере услуг.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Шахшина А.К.**

**Курс по выбору 5**

**Банковский маркетинг**

**Пререквизиты:** Маркетинг, Маркетинговые исследования

**Постреквизты:** производственная практика/преддипломная, дипломная работа.

**Цель:** изучить содержание и специфику банковского маркетинга

К**раткое описание курса:** Банк как субъект рынка. Содержание и специфика банковского маркетинга. Рынок банковских услуг. Банковская конкуренция и ее особенности. Организация маркетинговых исследований в банке. Сегментирование рынка банковских услуг. Стратегическое планирование. Анализ среды маркетинга. Планирование продуктового ряда

Ценовая политика в банке. Организация сбыта банковских услуг Коммуникационная политика банка и ее инструменты. Рекламная деятельность банков. Оценка и стратегия риска в банковской деятельности. Контроль маркетинга в банке

**Ожидаемый результаты:** студенты должны уметь разрабатывать стратегии развития банка, планирование элементов комплекса маркетинга.

**Лектор: д.э.н.,профессор Накипова Г.Е.**

**Маркетинг туризма**

**Пререквизиты:** Маркетинг. Поведение потребителей, Реклама товаров и услуг

**Постреквизиты:** Реклама товаров и услуг (Promotion of goods and services)/ Реклама в сфере услуг, Бренд менеджмент/Паблик рилейшнз и теория брендинг.

**Цель**: изучение и применение основных концепций и практических приемов современного маркетинга в сфере туризма

**Краткое описание курса:** исследование и сегментирование туристских рынков;

- разработка и позиционирование конкурентоспособного турпродукта;

- формирование конкурентоспособной цены на туристские и гостиничные услуги;

- создание партнерской сети и заключение сделок;

- организация обслуживания туристов;

- создание маркетинговой коммуникации с целевым рынком.

**Ожидаемые результаты:**

А. овладеть знаниями теоретических основ и концепции туристского рынка;

В. применять теоретические знания маркетинга туризма на практике туристского бизнеса;

С. владеть навыками анализа ценовой, сбытовой, коммуникационной политики;

Д. представлять информацию о характере поведенческих особенностей потребителей туристских услуг;

Е. повышать навыки самостоятельной работы и развитие потребности в личностном и профессиональном самосовершенствовании управлением качества туристских услуг.

**Лектор: маг. ст. преподаватель Томашинова А.Е.**

Председатель АК, к.э.н., доцент,

зав.кафедрой «Маркетинг и логистика» Мажитова С.К.

Протокол Академического комитета №5 от «27 » января 2022г.