



КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

Для обучающихся по направлению подготовки 7М041 Бизнес и управление

Краткое описание элективных дисциплин образовательной программы 7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»

ГОП	ОП	Форма обучения	Название дисциплины	Код дисциплины	Цикл дисциплины	Компонент	Количество кредитов	Уровень подготовки	Кафедра	Курс	Академический период	Пререквизиты	Постреквизиты	Краткое содержание дисциплины	Результаты обучения	Название альтернативной дисциплины
М075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Качество и конкурентоспособность	КК 5204	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	2	Экономическая теория	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве	Место и роль управления качеством продукции в системе рыночных отношений. Принципы обеспечения качества и управления качеством продукции. Эволюция методов обеспечения качества продукции. Функции управления качеством. Основные методы измерений качества продукции. Процедура и методы оценки качества продукции. Конкурентоспособность товаров и услуг как мера прибыли предприятия. Статистические методы контроля и управления качеством. Правовые основы сертификации в Республике Казахстан	Способность к активной социальной мобильности с целью определения качества товаров и услуг, а также определения их конкурентоспособности	Технологии, инновации и экономический рост
М075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Технологии, инновации и экономический рост	ТІЕР 5217	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	2	Экономическая теория	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве	Изучение экономической сущности и содержания современных технологий, владение областью экономической и инновационной оценки новых технологий. Результатами развития являются способности: Принятие решения о инновационном бизнес-планировании, маркетинге и оптимизации в инновационном предпринимательстве, разрабатывать стратегии продвижения технологий, инноваций на рынке.	Способность к активной социальной мобильности с целью определения качества товаров и услуг, а также определения их конкурентоспособности	Качество и конкурентоспособность
М075 - «Маркетинг и реклама»	7М04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Маркетинговая логистика	ML 5205	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	Маркетинг-менеджмент	Стратегическое планирование в маркетинге	Сущность-понятия маркетинговая логистика. Взаимосвязь логистики и маркетинга. Распределение функций маркетинга и логистики в производственной деятельности фирмы. Содержание логистики маркетинга. Выполнение поставок – отдача от логистики маркетинга. Маркетинговый и сбытовой подход к управлению производством. Маркетинговая логистическая концепция. Маркетинг как основа проектирования, формирования и оптимизации логистических систем. Основные направления деятельности логистики при реализации маркетинговых стратегий. Координация и оперативное управление информационным потоком в интегрированных цепочках поставок. Электронные каналы маркетинга и дистрибуции. Взаимодействие логистики с производством, маркетингом и финансированием. Области взаимодействия логистики и маркетинга. Особенности взаимодействия и координации в логистике распределения. Взаимодействие в логистическом сервисе.	Способность анализировать тенденции на рынке товаров и услуг сельского хозяйства для создания маркетингового плана с целью увеличения доли рынка и продвижения товаров отечественных брендов.	Логистика в системе распределения

№75 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Логистика в системе распределения	LSR 5218	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	Маркетинг-менеджмент	Стратегическое планирование в маркетинге	Распределительная логистика - понятия и сферы её применения. Цели и задачи логистики распределения. Логистика и маркетинг. Маркетинговая логистика. Управление заказами: составляющие цикла заказа, обработка заказов, выполнение заказов. Концепция "своевременного" производства и её основные варианты. Дистрибуция и физическое распределение. Дистрибутивные каналы и сети. Основные задачи проектирования и конфигурирования распределительных сетей. Логистические посредники. Координация и интеграция действий логистических посредников. Планирование, документирование и контроль продаж. Оптимизация продаж и определение уровня сервиса продаж и продукции. Логистические издержки на сбыт и реализацию продукции и услуг.	Способность анализировать тенденции на рынке товаров и услуг сельского хозяйства для создания маркетингового плана с целью увеличения доли рынка и продвижения товаров отечественных брендов.	Маркетинговая логистика
M075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Математические методы в маркетинговых исследованиях	МММ 5317	ПД	Компонент по выбору	3.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	маркетинг-менеджмент	Стратегическое планирование в маркетинге	Приемы математической формализации процессов, основы экономико-математического моделирования, этапы математического моделирования. Методы линейного программирования. Экономический анализ оптимальных решений в маркетинговых исследованиях. Модели производственного планирования на предприятии. Моделирование процессов в АПК. Методы исследования и анализа рынка. Методы прогнозирования. Мини-проекты бизнес-планирования. Пакеты прикладных программ.	Способность составлять, анализировать и интерпретировать маркетинговую, финансовую, статистическую отчетность, работая с информацией из различных источников, в том числе в глобальных и локальных информационных сетях, и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений. Способность формулировать проблемы, задачи и методы научного исследования рынка товаров и услуг, получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опытов, научного анализа эмпирических данных, составлять аналитические обзоры накопленных сведений в мировой науке и производственной деятельности, обобщать полученные результаты в контексте ранее накопленных в науке знаний и формулировать выводы и практические рекомендации на основе репрезентативных и оригинальных результатов исследований	Анализ данных и моделирование
M075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Анализ данных и моделирование	ADM 5318	ПД	Компонент по выбору	3.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	Маркетинг-менеджмент	Стратегическое планирование в маркетинге	Дисциплина применения направленности на сбор в магистрантов и методов сбора, обработки, анализа данных, задач для научных исследований, и владение совокупностью методов, рассмотрение для определения оценки состояния, развитие, рассмотрение и прогнозирование социальных и экономических активов и процессов для реализации бизнес-решений.	Способность составлять, анализировать и интерпретировать маркетинговую, финансовую, статистическую отчетность, работая с информацией из различных источников, в том числе в глобальных и локальных информационных сетях, и использовать результаты анализа для принятия управленческих решений. Способность формулировать проблемы, задачи и методы научного исследования рынка товаров и услуг, получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опытов, научного анализа	Математические методы в маркетинговых исследованиях

№075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Интерактивный маркетинг	IM 5214	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	маркетинг-менеджмент	Бизнес-планирование инновационных проектов	Новое направление работы с конечными потребителями, предполагающее непосредственное участие потребителя в рекламной кампании. Использование огромных возможностей интернет-ресурсов: игр, конкурсов, социальных сетей и связанных с ними других сервисов. распространение в онлайн-пространстве убедительного для потребителей образа бренда. Предложение товара на рынке на основе информационных технологий, интегрирующих маркетинговую деятельность во внутренней и внешней среде предприятия.	Способность определить предпочтения потенциальных клиентов и покупателей на рынке товаров и услуг, используя инструменты интерактивного маркетинга.	
M075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Современный маркетинговый анализ	SMA 5220	БД	Компонент по выбору	5.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	3	Маркетинг-менеджмент	Бизнес-планирование инновационных проектов	Курс раскрывает теоретические и методические вопросы проведения маркетингового анализа с целью повышения эффективности управления маркетингом в условиях рынка, формирует комплекс знаний об информационном обеспечении маркетингового анализа и его использовании в системе маркетинговых исследований.	Способность определить предпочтения потенциальных клиентов и покупателей на рынке товаров и услуг, используя инструменты интерактивного маркетинга.	
M075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве	MPSH 6306	ПД	Компонент по выбору	4.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	2	1	Качество и конкурентоспособность	Исследовательская практика	Программа курса предлагает магистрантам обзор и изучение следующих тем: Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе. Потребление продовольственных продуктов и маркетинг. Роль перерабатывающей сферы в маркетинге АПК. Оптовая и розничная торговля в маркетинге АПК. Обеспечение качества и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Государственное регулирование аграрного рынка. Совершенствование маркетинговой деятельности в АПК	Способность анализировать тенденции на рынке товаров и услуг сельского хозяйства для создания маркетингового плана с целью увеличения доли рынка и продвижения товаров отечественных брендов.	Маркетинговые исследования рыночной конъюнктуры агропродовольственных рынков
M075 - «Маркетинг и реклама»	7M04106 - «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг»	Очное (магистратура 2 года) триместр	Маркетинговые исследования рыночной конъюнктуры агропродовольственных рынков	MIRKAR 6312	ПД	Компонент по выбору	4.0	Магистратура по направлениям (Научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	2	1	Качество и конкурентоспособность	Исследовательская практика	Содержания и направления маркетинговых исследований аграрных рынков. Процесс маркетинговых исследований аграрных рынков. Последовательность этапов проведения маркетинговых исследований аграрных рынков. Определение проблемы и цели маркетинговых исследований аграрных рынков. Выбор методов проведения маркетинговых исследований аграрных рынков. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований аграрных рынков. Информация в маркетинговых исследованиях. Методы сбора данных. Разработка выборочного плана и определение объема выборки. Сбор данных. Анализ данных	Способность анализировать тенденции на рынке товаров и услуг сельского хозяйства для создания маркетингового плана с целью увеличения доли рынка и продвижения товаров отечественных брендов.	Маркетинг предприятий в сельском хозяйстве

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

Каталог элективных дисциплин утвержден на совете экономического факультета протокол № 12 29.06 2023 год.

и.о.Заведующего кафедрой менеджмента и маркетинга, к. э. н., профессор



Нукешева А. Ж.