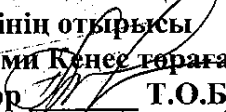


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АБАЯ  
ИНСТИТУТ СОРБОННА КАЗАХСТАН  
КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

**«Бекітемін»**  
Абай атындағы ҚазҰПУ Ғылыми  
Кенесінің отырысы  
Ғылыми Кеңес төрағасы/  
Ректор  Т.О.Балымбаев  
Протокол № 4 от «18» 08/2017

**ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ**

**6M051100- Маркетинг мамандығы**

**2017/2018 оқу жылы**

**Құрастырушы: Исаева А.Т. – э.ғ.к., доцент**

**Алматы, 2017**

**ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОҒЫ**  
**СОРБОННА ҚАЗАҚСТАН ИНСТИТУТЫ**

Мамандық 6M051100 – Маркетинг  
Академиялық дәрежесі – 6M051100 – Маркетинг мамандығы бойынша экономика ғылымдарының магистрі

№ д/п	Пәннің атауы	Пәннің қысқаша мазмұны	Негізгі бөлімдер	Кр. са ны	Се м.	Пререкви зиттері	Постреквизит тері	Пәнді оқытудан күтілетін нәтижелері (Білім алушылардың білімі, біліктілігі, дағдысы және құзыреттіліктері)
1	Ғылыми зерттеудің ұйымдастыру мен жоспарлануы	Пәннің мақсаты: "Ғылыми зерттеулерді ұйымдастыру және жоспарлау" ғылыми ұйымдастырудағы теориялық және әдіснамалық негіздерін зерттеу болып табылады. Әдістемелік ғылыми зерттеу әдістерін білуге; ғылыми зерттеулерді жүргізу тәртібі; ғылыми-зерттеу нәтижелерін талдау әдістемесі. Өз бетінше ғылыми зерттеу жоспарын әзірлеуді білу; магистрлік диссертация деңгейінде өз бетінше ғылыми зерттеулер жүргізуге; ғылыми зерттеулердің нәтижелерін ресімдеуге үйрету.	Ғылыми зерттеулерді ұйымдастырудың мәні мен негізгі ұғымдары. Ғылыми зерттеу процесінің құрылымы. Ғылыми танымның негізгі теориялары. Ғылыми зерттеулердің әдіснамасы. Ғылыми-зерттеу жұмысының кезеңдерінің мазмұны. Ғылыми ақпарат жинау. Статистикалық көрсеткіштері мен әлеуметтік құбылыстар елшемі. Ғылыми экономикалық зерттеулердің критерийлері. Ғылыми зерттеулерді жүргізудегі жүйелі көзқарас.	2	1	Ғылым философиясы мен тарихы , Экономикалық теория, экономикалық зерттеулер әдістері.	Халықаралық маркетинг стратегиясы, Қызмет индустриясында ағы маркетинг теориясы мен тәжірибесі.	<b>Білу керек:</b> Ғылыми зерттеулерді ұйымдастырудың теориялық және әдістемелік негіздерін білу. <b>Игеру:</b> Ғылыми зерттеуді өз бетінше жоспарлауға және жүргізуге; ғылыми зерттеулердің нәтижелерін ресімдеуді үйрету. <b>Менгеру керек:</b> Ғылыми зерттеулерді ұйымдастырудың негізгі әдіснамалық тәсілдерін менгеру. <b>Құзыреттері:</b> Құзыреттері: Ғылыми зерттеулерді жүзеге асыру, ақпараттық ресурстарды талдау және жүйелеу, басқару шешімдерін әзірлеу құзыреті.
2	Жарнама нарығы	Пәннің мақсаты: Жарнама нарығы" пәннің негізгі міндеті " болып табылады: - жарнамалық қызметте пайдаланылатын негізгі ұғымдар мен терминдерді мазмұндын ашу; -жарнамалық қызмет	Жарнамалық қызметтің заманауи тұжырымдамасы және жіктелуі; жарнамалық қызмет нарығының ерекшелігі және құрылымы. Жарнамалық қызметті реттеу; құқықтық және этикалық аспектілері. Тұтыну аудиториясы.	2	1	Маркетинг, Экономикалық теория, Микроэкономика, Макроэкономика	Халықаралық маркетинг стратегиясы, Қызмет индустриясында ағы маркетинг теориясы мен тәжірибесі.	<b>Білу керек:</b> Жарнама нарығы дамуының теориялық және әдістемелік негіздерін білу. Жарнама нарығының даму заңдылықтарын ғылыми зерттеуде өз бетінше жоспарлауға және жүргізуге үйрету. <b>Менгеру керек:</b>

		реттеудің негіздерін менгеру	Тұтынушыларға жарнама проблемасының есери. Жарнамаалық қызмет тиімділігінің проблемасы. Стратегиялық жоспарлау. Мақсатты нарықты тандау. Жарнама жоспары . Жүгіну стратегиясы .				Жарнама нарығының негізгі әдіснамалық тәсілдерін менгеру. <b>Қузыреттері:</b> <b>Жарнама нарығының негізгі әдіснамалық тәсілдерін білу</b>	
3	Стратегиялық маркетинг	Стратегиялық басқарудың жалпы тұжырымдамасы. Стратегиялық басқару жүйесі. Стратегиялық жоспарлаудың мәні мен мазмұны. Маркетингті стратегиялық жоспарлау үрдісі мен міндеттері. Стратегиялық жоспарлаудың үлгілері. Маркетингті оперативті жоспарлау меніеттері. Маркетингтік жоспарларды талдау бағдарламаларды талдау сатылары. Оперативті жоспарлаудың ұйымдастыру аспектілері. Біріккен маркетингтік жоспарларды жүзеге асыру механизмі	Стратегиялық басқарудың жалпы тұжырымдамасы. Стратегиялық басқару жүйесі. Стратегиялық жоспарлаудың мәні мен мазмұны. Маркетингті стратегиялық жоспарлау үрдісі мен міндеттері. Стратегиялық жоспарлаудың үлгілері. Маркетингті оперативті жоспарлау меніеттері. Маркетингтік жоспарларды талдау бағдарламаларды талдау сатылары. Оперативті жоспарлаудың ұйымдастыру аспектілері. Біріккен маркетингтік жоспарларды жүзеге асыру механизмі	2	2	Маркетинг-менеджмент	Халықаралық маркетинг стратегиясы, Қызмет индустриясында ағы маркетинг теориясы мен тәжірибесі.	<b>Білу керек:</b> Стратегиялық маркетингтің теориялық негіздерін білу. Стратегиялық маркетингті талдау тиімділігін жүзеге асыруды үйрету. Маркетингтегі сыртқы орта факторларының тәсілдерін талдауды менгеру. <b>Құзыреті</b> - кәсіпорын маркетингтің мүмкіндіктерін талдау.
4	Қызмет көрсету сапасының маркетинг теориясы мен тәжірибесі	Целью дисциплины «Теория и практика маркетинга в индустрии сервиса» является приобретение магистратами теоретических знаний по маркетингу услуг, практических навыков и умений, необходимых для квалифицированной организации и осуществления маркетинговых мероприятий в различных сферах услуг. Задачи: - определение сущности и	Сущность, значение и особенности маркетинга в сфере услуг. Сущностная характеристика маркетинга услуг. Модели маркетинга услуг. Факторы, влияющие на развитие маркетинга услуг Информационное обеспечение маркетинга услуг. Система маркетинговых исследований в сфере услуг. Формирование маркетинговой информационной системы. Исследование рынка услуг Поведение потребителей в	2	2	Маркетинг-менеджмент	Маркетинг инноваций, Технологии управления торговыми марками, Современные технологии промышленности о маркетинга	<b>Знать</b> – теоретические и практические основы маркетинга в сфере сервиса. <b>Уметь</b> - анализировать состояние и направления маркетинговой деятельности в сфере сервиса. <b>Владеть</b> – приемами организации маркетинга услуг <b>Компетенции</b> – анализ маркетинговой информации, Принятие управленческих решений по организации маркетинга в сфере сервиса

							<p>особенностей услуг,      рассмотрение современного состояния и тенденции развития рынков отдельных услуг,      - изучение влияния факторов маркетинговой среды на производительность услуг;      - изучение особенностей проведения маркетинговых исследований в отдельных сферах услуг.</p>	<p>сфере услуг.      Управление взаимоотношениями с потребителями.      Управление качеством услуг.      Организация работы персонала.      Проектирование услуги.      Маркетинговые коммуникации в сфере услуг.</p>
5	<p>Аймақтық маркетингтің қазіргі заманғы тенденциялары</p>	<p>Пәнді оқытудың мақсаты- аймақтық маркетингтің теориялық негіздерін игеру және принциптерін іске асыру.      Негізгі міндеттері аймақтық маркетингтің мәні мен мазмұнын зерттеу болып табылады.      Аймақтық маркетингтің негізгі тәсілдерін ұйымдастыру, аймақтық маркетингтің құралдары мен тәсілдерін бағалау.</p>	3	2	<p>Маркетинг-менеджмент</p>	<p>Инновациялық маркетинг, Сауда маркаларын басқару технологиялары,      Өнеркәсіптік маркетингтің заманауи технологиялары</p>	<p><b>Білу керек:</b> Аймақтық маркетингтің мақсаты, міндеттері және функцияларын білу.  <b>Менгеру керек:</b> Аймақтық маркетингтің тәсілдерін менгеру. <b>Құзыреті</b> - кәсіпорын маркетингінің мүмкіндіктерін талдау.</p>	
6	<p>Халықаралық маркетингтің стратегиясы</p>	<p>Маркетингтің мәні мен мазмұнын ашып көрсету және тиімді басқаруды оқыту. Кез-келген басқарушылық шешім қабылдау үшін, нарық ситуациясының зерттелуі, оның нәтижесіне сүйене нақты іс-әрекеттер тағайындалады.      «Халықаралық маркетингтің стратегиясы» пәнінің негізгі міндеттері:</p>	3	2	<p>Маркетинг-менеджмент</p>	<p>Инновациялық маркетинг, Сауда маркаларын басқару технологиялары      Өнеркәсіптік маркетингтің заманауи технологиялары</p>	<p><b>Білу керек:</b> Халықаралық маркетингтің теориялық негіздерін білу      Кәсіпорындардың сыртқы нарықтары міндеттері мен мақсаттарын зерттеуді үйрену.      Шетелдік нарықты тандау үшін маркетингтік ақпаратты жинау тәсілдерін менгеру.  <b>Құзыреті</b> – кәсіпорынның сыртқы нарықта маркетингтік мүмкіндіктерін талдау</p>	

	<p>- маркетингпен басқарудың құралдары; - тұтынушыларды қанағаттандыру; - кәсіпорынның алға қойған мақсаты; - потенциалдық мүмкіндіктерді қолдану; - экономикалық және әлеуметтік мақсатқа жету.</p>	<p>оның дәйектемесі Баталаудың халықаралық саясаты Халықаралық маркетингте тауар қозғалысы Фирманың халықаралық маркетинг коммуникациясы Халықаралық маркетинг әдісін игеру үшін, оқушылар «Халықаралық маркетингтің стратегиясы» пәнін оқиды, әдістерін игереді, ақпаратпен жұмыс жасауды үйренеді. «Халықаралық маркетингтің стратегиясы» пәнін оқыту негізесінде магистранттың білуі тиіс: - басқарудың концепциясы мен функциясын қолдануды; - кәсіпорынның қаржы ресурстарын тиімді пайдалануды; - тауар, баға саясатында тиімді шешім қабылдауды.</p>	3	3	Маркетингті басқару, стратегиялық маркетинг	<p>Магистрлік диссертацияны қорғау</p> <p><b>Білу керек:</b> өнеркәсіптік кәсіпорындарда қолданылатын маркетингтік әдістер, өнеркәсіптік маркетингті дамыту бағыттары. <b>Менгеру керек:</b> Өндірістік кәсіпорындарда тиімді маркетингті ұйымдастыруға қолданыстағы тәсілдерді қолдану, Меншік - дәрдылар мен құзыреттілік - маркетингтік мәселелерді шешудің тиімді әдістерін тандау, Өнеркәсіптік маркетинг мәселелерін шешу бойынша іс-қимыл жоспарларын құрастырудың құзыреті</p>
7	<p>Өндірістік маркетингтің заманауи технологиялар</p>	<p>Бұл пәнді оқу барысында маркетинг бөлімінің ролі зерттеледі. Тұтынушылардың қажеттіліктеріне бағыт беру. Инновациялық өнімдерді тарату. Жаңа өнеркәсіптік өнімнің таралуына әсер ететін факторлар. Инновациялық өнімнің оның таралу жылдамдығына әсер ететін ерекшеліктері. Өнеркәсіптік маркетингтің маркетинг сипаты. Маркетингтік коммуникациялардың міндеттері. Өнеркәсіптік тауарларды жылжыту кешені қарастырылады.</p>	3	3	Маркетингті басқару, стратегиялық маркетинг	<p>Магистрлік диссертацияны қорғау</p> <p><b>Білу керек:</b> өнеркәсіптік кәсіпорындарда қолданылатын маркетингтік әдістер, өнеркәсіптік маркетингті дамыту бағыттары. <b>Менгеру керек:</b> Өндірістік кәсіпорындарда тиімді маркетингті ұйымдастыруға қолданыстағы тәсілдерді қолдану, Меншік - дәрдылар мен құзыреттілік - маркетингтік мәселелерді шешудің тиімді әдістерін тандау, Өнеркәсіптік маркетинг мәселелерін шешу бойынша іс-қимыл жоспарларын құрастырудың құзыреті</p>

8	Инновациялық маркетинг	Бұл пәнді оқу барысында маркетинг пен инновацияның өзара байланысы зерттеледі. Маркетингтік инновациялық процесстердің жүйелік қасиеттері. Кәсіпорынның маркетингтік инновациялық саясатын қалыптастыру реті. Дәстүрлі емес маркетинг маркетингтік ортаны кеңейтудің инновациясы ретінде. Маркетингтік инновациялық шешімдердің тиімділігін экономикалық бағалау	Маркетингтік инновациялық дамудың маңызды мен ерекшеліктері. Инновациялық қызметті нормативтік-құқықтық қамтамасыз ету. Маркетингтік инновациялар тұжырымдамасы. Инновациялық маркетинг жүйесі. Жана өнім үшін инновациялық маркетингтік шешімдер. Өнімдерді саралаудың инновациялық тұжырымдамасы. Брендтің инновациялық менеджменті.	3	3	Маркетингті басқару, стратегиялық маркетинг	Білу керек: кәсіпорынның маркетингтік инновациялық саясатын қалыптастыру тәртібі. Менгеру керек: маркетинг кешенінің барлық компоненттері бойынша инновацияларды дамыту; инновацияларды дамыту және енгізу процесін басқаруды; Кәсіпорынның маркетингтік инновациялық саясатын қалыптастыру дәлділдеріне ие болу. Құзыреттілік: - кәсіпорынның маркетингтік инновацияларының мақсаттары мен бағдарламаларын әзірлеу; - инновациялық ұсыныстардың тиімділігін бағалау
9	Тұтынушының қылығы	Пәннің негізгі мақсаты магистранттарға нарықта тұтынушылардың мінез-құлқы психологиясының ерекшеліктері, мазмұны және мәні туралы, тұтынушының мінез-құлқының сатып алу туралы шешім қабылдауына әсері туралы теориялық білім беру. Пәннің негізгі мақсаты магистранттарға нарықта тұтынушылардың мінез-құлқы психологиясының ерекшеліктері, мазмұны және мәні туралы, тұтынушының мінез-құлқының сатып алу туралы шешім қабылдауына әсері туралы теориялық білім беру	Маркетинг жүйесіндегі тұтынушының ролі Қажеттіліктер – тұтынушы мінез-құлқының негізгі Тұтынушы мінез-құлқының типтері Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі Ақпарат іздеу, оның түрлері және параметрлері Бағамаларды бағалау және тандау критерийлері, олардың маңыздылығы Сатып алу, сатып алу түрлері. Сатып алулардың жооспарлану дәрежесі Тұтынушылардың сатып алғаннан кейінгі мінез-құлқы Сатып алушы мінез-құлқына ықпал ететін ішкі факторлар Тұтынушы мінез-құлқына ықпал ететін сыртқы факторлар	3	3	Маркетинг-менеджмент, Стратегиялық маркетинг	Магистрлік диссертацияны қорғау  Білу керек: Тұтынушылар мінез-құлқының психологиялық ерекшеліктерімен таныстыру Үйрену: Тұтынушылардың мінез-құлқының сатып алу туралы шешім қабылдауға әсерін зерттеу маркетингтік ақпаратты жинау тәсілдерін менгеру. Құзыреті – Тұтынушылардың мінез-құлқына байланысты нарықта сегменттеу жүргізу

10	Шарын бизнесінің маркетингі	Осы пәнді зерттеу барысында. Шарын бизнесіте маркетингінің мәні мен ерекшеліктері. ҚР және шетелде кәсіпкерліктің жағдайы және даму бағыттары. Кәсіпкерлік салда маркетингінің мақсаттары мен міндеттері. Отандық және шетелдік ғалымдардың шарын бизнесіте маркетингінің дамуына көзқарастары. Шарын кәсіпорындарда маркетингінің негізгі құралдары. Нарықтағы кәсіпкерлік қызметтің негізгі сипаттамалары болып табылатындар: оның көлемі, концентрация дәрежесі, ұшығыс және сұраныс деңгейі, бәсекелестік жағдайы, нарықтағы жекелеген компаниялар үлесі.	Шарын бизнесіте маркетингінің мәні мен мазмұны. Шарын кәсіпорындардағы маркетингінің негізгі құралдары. Маркетинг рөлі - шарын кәсіпорындардағы бәсекелестік артықшылықтарын арттыру.	3	3	Маркетинг-менеджмент, Стратегиялық маркетинг	Магистрлік диссертацияны қорғау	<b>Білу керек:</b> шарын бизнесінің маркетингінің мазмұны мен ерекшеліктері, маркетингітік қызметтің тиімділігін анықтайтын факторлар. Кіші бизнес маркетингі саласында тиімді шешімдер қабылдау үшін қажетті ақпаратты табу және талдау. ен тиімді ерекеттерді анықтау үшін нормативтік құжаттарды қолдануға, <b>Үйрену:</b> Бизнес идеясын бағалау және бизнес-жоспар жазу үшін бастапқы деректерді жинау және талдау әдістерін игелену; бизнес-инфрақұрылымның элементтерін, соның ішінде мемлекеттік қолдауды дұрыс пайдалану <b>Құзыреттілік:</b> жана нарық мүмкіндіктерін табу және бағалау және бизнес идеяларын қалыптастыру мүмкіндігі; кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру үшін экономикалық және әлеуметтік жағдайларды бағалауға, маркетингіте ойлау қабілетіне, маркетинг саласындағы басқару шешімдерін әзірлеуге мүмкіндік береді.
11	Маркетингінің коммуникациял ар	«Маркетингінің коммуникациялар» пәнінің мақсаты маркетингітік коммуникациялар теориясы мен практикасы сапасындағы бітім жияынтығын қалыптастыру; нарықта тауарларды (иыеларды) лігері жылжыту бағдарламаларын өз бетінше	Маркетингітік коммуникациялардың мақсаттық аудиториялары. Маркетингітік коммуникациялар арналары Өткізу-микс жүйесіндегі шешімдер Жарнама қызметінің ұйымдастыру Жарнаманы жоспарлау мен	2	3	Маркетинг-менеджмент, Стратегиялық маркетинг	Магистрлік диссертацияны қорғау	<b>Білу керек:</b> маркетингітік коммуникацияның тұжырымдамасын, мәнін, принциптерін, функцияларын, түрлерін білу; <b>Үйрену:</b> Қажетті маркетингітік коммуникацияларды өз бетімен және команда құрамында қолдану үшін, оларды іске асыру үшін

		жасау машыктары мен дағдыларын игеру; тұтынушылармен қарым-қатынастарда қолданылатын коммуникация құралдарының түрлері мен тиімділігі туралы түсінік пен білім алу	реттеу Өлкізуді ынталандыру					кажетті құралдарды және әдістерді тандап, олардың тиімділігін бағалау; Инновациялық маркетингтік коммуникацияларды дамытудың, енгізудің және бағалаудың меншікті әдістері. Құзыреттілік - маркетингтік коммуникациялардың заманауи әдістері мен технологияларын қолдану, - Аппараттық технология көмегімен өз бетінше сатып алу қабілеті және практикалық маркетингтік қызметте жаңа білім мен дағдыларды пайдалану мүмкіндігі
--	--	--	--------------------------------	--	--	--	--	---

Кафедрасының меңгерушісі/ Зав.кафедрой

Иманбелдиев Б.Ж.