

**А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік университеті
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
А.БАЙТҰРСЫНОВА
A. BAITURSYNOV KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY**



**ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОҒЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE COURSES**

7M04109 Маркетинг/ Marketing

2021 жылдардың жинағы үшін /для набора 2021 г.г.

ҚОСТАНАЙ, 2021

Құрастырушылар / Составители / Compilers:

Сейтова Гульнара Токтаровна – профессор, экономика ғылымдарының кандидаты
Сейтова Гульнара Токтаровна – профессор, кандидат экономических наук
Seitova Gulnara Toktarovna - professor, candidate of economic sciences

Элективті пәндер каталогы.- Қостанай: А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ, 2021.- 17 б.

Каталог элективных дисциплин.- Костанай: КРУ имени А.Байтұрсынова, 2021.- 17с.

Catalog of elective disciplines.- Kostanay: A. Baitursynov KRU, 2021. - 17 p.

Элективті пәндер каталогы қысқаша сипаттамасы, оқыту мақсаты, оқу мазмұны және күтілетін оқу нәтижесі көрсетілген таңдау компонентіне кіретін пәндер тізімін қамтиды. 2021 жылдарда қабылданған кредиттік технология бойынша оқитын магистранттарға арналған.

Каталог элективных дисциплин содержит перечень дисциплин компонента по выбору и их краткое описание с указанием цели изучения, содержания и ожидаемых результатов обучения. Предназначен для магистрантов , обучающихся по кредитной технологии, набора 2021 годов.

The catalog of elective disciplines contains a list of elective disciplines and their brief description with the purpose of study, content and expected learning outcomes. It is intended for undergraduates, studying on credit technology, the set of 2021.

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 20.04.2021 ж. № 4 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтұрсынова, протокол от 20.04.2021 г. № 4

Approved at the meeting of the educational and methodological council of A. Baitursynov KRU, minutes dated 20.04.2021 № 4

Мазмұны / Содержание / Contents

Кіріспе / Введение / Introduction	4
Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /Распределение элективных дисциплин по семестрам /Distribution of elective courses by semester	5
1 1 оқу жылының магистранттарына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для магистрантов 1 года обучения/ Elective courses for first-year master's students	6

Кіріспе

Элективті пәндер каталогы оқытудың кредиттік жүйесі бойынша құрастырылады. Элективті пәндер каталогы жүйеленген таңдау бойынша пәндер тізімін және олардың қысқа сипаттамасын қарастырады.

Магистрант мамандықтардың міндетті компонент/жоғары оқу орны компонентінің пәндерін меңгерумен қатар, ұсынылып отырған таңдау бойынша пәндерді таңдап алуы тиіс.

Элективті пәндерді таңдауға эдвайзер кеңес береді. Магистрант эдвайзермен бірлесе отырып, магистранттың жеке оқу жоспарын құру үшін пәндерге жазылу нысанын толтырады.

Құрметті магистрант! Білім беру траекториясының біртұтастығының ойластырылуы Сіздің болашақта маман ретінде кәсіби дайындығыңыздың деңгейіне ықпал ететінін есте сақтауыңыз керек.

Введение

При кредитной технологии обучения разрабатывается каталог элективных дисциплин, который представляет собой систематизированный перечень дисциплин компонента по выбору и содержит краткое их описание.

Наряду с изучением дисциплин обязательного / вузовского компонента, магистрант должен выбрать для изучения дисциплины компонента по выбору.

Консультации по выбору элективных дисциплин дает эдвайзер. Вместе с ним магистрант заполняет форму записи на дисциплины для составления ИУП (индивидуального учебного плана).

Уважаемые магистранты! Важно помнить, что от того, насколько продуманной и целостной будет Ваша образовательная траектория, зависит уровень Вашей профессиональной подготовки, как будущего специалиста.

Introduction

At the credit technology of education the catalog of elective disciplines which represents the systematized list of disciplines of a component by choice and contains their brief description is developed.

Along with the study of the disciplines of the compulsory/university component, a graduate student must choose to study the disciplines of the elective component.

Advising on the choice of elective disciplines gives the adviser. Together with him a Master student fills in an enrollment form for disciplines for making up an IEP (individual study plan).

Dear Master's students! It is important to remember that the level of your professional preparation as a future specialist depends on how thought-out and integral your educational pathway will be.

Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /**Распределение элективных дисциплин по семестрам / Distribution of elective courses by semester**

Пәннің атауы / Наименование дисциплины /Course name	Кредитте р саны / Кол-во кредитов/ Number of credits	Академиял ық кезең/ Акад период/ Academic period
Коммуникациялық менеджмент / Коммуникационный менеджмент / Communications management	4	1
Ұйымдағы басшылық және көшбасшылық/Руководство и лидерство в организации/Management and leadership in the organization		
Қазіргі жарнамалық бизнес / Современный рекламный бизнес / Modern advertising business	5	1
Шығындарды басқару / Управление затратами / Cost management		
Баға және баға орнату/ Цены и ценообразование/ Pricis and pricing	5	1
Брэнд-маркетинг / Брэнд-маркетинг / Brand marketing		

1 1 оқу жылына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для 1 года обучения/ Elective courses for year 1

Коммуникациялық менеджмент / Коммуникационный менеджмент / Communications management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Магистранттарда жоспарлау, басқару және бақылау бойынша шешімдер қабылдау кезінде менеджерге қажетті коммуникациялық менеджменттің теориялық және практикалық аспектілерін қалыптастыру	Формировать у магистрантов теоретические и практические аспекты коммуникационного менеджмента необходимыми менеджеру при принятии решений по планированию, управлению и контролю	o form for магистрантов the theoretical and practical aspects of communication management necessary to the manager at making decision on planning, management and control
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - ұйымдағы тиімді коммуникациялық процесті ұйымдастыру принциптерін, қоғаммен байланыс процесінің мәні мен технологиясын, коммуникациялық менеджменттің негізгі функцияларын білу және түсіну. Ұйымда байланыс процестерін қолдануды. Түрлі қызмет салаларында тиімді коммуникацияларды жүзеге асыру дағдыларын меңгереді. корпоративтік коммуникацияларды басқаруды ұйымдастыруда дағдыларына құзыретті болады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут -знать и понимать принципы организации эффективного коммуникационного процесса в организации; сущность и технологию процесса связей с общественностью; основные функции коммуникационного менеджмента, применять процессы коммуникаций в организации, обладать навыками осуществления эффективных коммуникаций в различных сферах деятельности, быть компетентными в организации управления корпоративными коммуникациями.	After successful completion of the course, students will be - o know and understand principles of organization of effective of communication process in organization; essence and technology of process of public relations; basic functions of communication management.To apply the processes of communications in organization. To possess skills of realization of effective communications in the different spheres of activity,to be компетентными:в organization of management by corporate communications
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Бұл пән маркетингтік коммуникацияның теориялық негіздері мен заманауи тұжырымдамаларын қалыптастырады. Маркетингтік коммуникация арналарын қалай ұйымдастыруға, жарнама жүргізуге және жарнамалық қызметті ұйымдастыруға болады. Жарнаманы жоспарлау және	Дисциплина формирует теоретические основы и современные концепции маркетинговых коммуникаций. Как организовать каналы маркетинговых коммуникаций, проводить рекламу и	Discipline forms theoretical bases and modern conceptions of marketing communications. How to organize the channels of marketing communications, conduct an advertisement and organization

бақылау. Өткізуді ынталандыру. Қоғаммен байланысты пайдалана білуді үйретеді.	организацию рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.	of advertisement activity. Planning and control of advertisement. Sales promotion. Public relations.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины / Course features</i>		
практик-мамандарды шақыру, бизнес, мемлекеттік қызмет өкілдерімен іскерлік кездесулер өткізу және т. б.	приглашение специалистов-практиков, проведение деловых встреч с представителями бизнеса, государственной службы и др.	inviting practitioners, holding business meetings with representatives of business, public service, etc.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. э.ф.к., профессор	Сейтова Г.Т. к.э.н., профессор	Seitova G.T. candidate of economic sciences, Professor

Ұйымдағы басшылық пен көшбасшылық / Руководство и лидерство в организации / Management and Leadership in the Organization		
Оқу мақсаты / Учебная цель / Purpose		
<p>элеуметтік топтарда көшбасшылықты қалыптастыру мен жұмыс істеуінің заңдылықтары мен тетіктері туралы идеялар жүйесін игеру, персоналды басқару дағдылары мен дағдыларын дамыту, ұйымның жоғары тиімділігіне қол жеткізу үшін адамдардың мінез-құлқын басқару арқылы болашақ менеджердің басқарушылық мәдениетін дамыту</p>	<p>развитие управленческой культуры будущего менеджера путем освоения системы представлений о закономерностях и механизмах формирования и функционирования лидерства в социальных группах, развития умений и навыков руководства персоналом, управления поведением людей для достижения высокой результативности организации</p>	<p>development of the management culture of the future manager by mastering the system of ideas about the laws and mechanisms of the formation and functioning of leadership in social groups, the development of skills and skills of personnel management, management of people's behavior to achieve high performance of the organization</p>
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <p>- өзінің болашақ мамандығының элеуметтік маңыздылығы; басқарудың барлық деңгейлеріндегі ұйымдардағы көшбасшылық проблемаларын теориялық және практикалық шешуге ғылыми көзқарастың мәні мен әдістері; басқарудың әртүрлі стилдерінің мазмұны және оларды ұйымда қолдану шарттарды біледі.</p> <p>-басқарушылық міндеттерді шешу үшін көшбасшылық пен биліктің негізгі теорияларын пайдалану; жеке басының артықшылықтары мен кемшіліктерін сыни бағалауды; ұжымда жұмыс істеу; элеуметтік маңызды проблемалар мен процестерді талдау, топтық динамика процестерін және команданы қалыптастыру принциптерін білу негізінде топтық жұмысты тиімді ұйымдастыруды; тұлғааралық, топтық және ұйымдастырушылық коммуникацияларды талдау және жобалауды меңгереді.</p> <p>-іскерлік қарым-қатынасты жүзеге асыру қабілеті; әр түрлі жағдайларға байланысты басқарудың әр түрлі</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>- знать социальную значимость своей будущей профессии; сущность и методы научного подхода к теоретическому и практическому решению проблем лидерства в организациях на всех уровнях управления; содержание различных стилей управления и условия их применения в организации,</p> <p>-применять основные теории лидерства и власти для решения управленческих задач; критически оценивать личные достоинства и недостатки; работать в коллективе; анализировать социально значимые проблемы и процессы, эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды; анализировать</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>- know the social significance of their future profession; the essence and methods of the scientific approach to the theoretical and practical solution of leadership problems in organizations at all levels of management; the content of various management styles and the conditions for their application in the organization</p> <p>be able to use the basic theories of leadership and power to solve management problems; critically evaluate personal strengths and weaknesses; work in a team; analyze socially significant problems and processes, effectively organize group work based on knowledge of group dynamics and team formation principles;</p>

<p>стильдерін пайдалануда; көшбасшылық қасиеттерді зерттеу әдістері мен әдістемелері, көшбасшылық қабілеттерді дамыту технологияларын басқарушылық әсер ету әдістерін қолдануда құзыретті болады.</p>	<p>и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации. владеть способностью осуществлять деловое общение; использовать многообразные стили управления в зависимости от различных ситуаций; методами и методиками исследования лидерских качеств, технологиями развития лидерских способностей быть компетентными: в использовании приемов управленческого воздействия</p>	<p>analyze and design interpersonal, group and organizational communications. own ability to carry out business communication; to use various management styles depending on different situations; methods and techniques of research of leadership qualities, technologies of development of leadership abilities to be competent: in use of techniques of managerial influence</p>
<p><i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i></p>		
<p>Курс көшбасшылық пен көшбасшылықтың теориялық және әдістемелік мәселелерін ашады, нарық жағдайында ұйымды басқару тиімділігін арттыру мақсатында топтық практика процестері және ұйымда басқарушылық шешімдер қабылдау жүйесінде топ құру принциптері туралы білім жиынтығын құрайды.</p>	<p>Курс раскрывает теоретические и методические вопросы лидерства и руководства с целью повышения эффективности управления организацией в условиях рынка, формирует комплекс знаний о процессах групповой динамики и принципах формирования команд в системе принятия управленческих решений в организации.</p>	<p>The course covers theoretical and methodological issues of leadership and leadership in order to improve the efficiency of organization management in the market, forms a set of knowledge about the processes of group dynamics and the principles of team formation in the system of managerial decision-making in the organization</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Тобылов К.Т. э.ғ.к.доцент</p>	<p>Тобылов К.Т. к.э.н. доцент</p>	<p>Tobylov K. T. candidate of economic sciences, assistant professor</p>

Қазіргі жарнамалық бизнес / Современный рекламный бизнес / Modern advertising business		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
бәсекелестік және қазіргі кезеңдегі жарнама нарығының күрделенуі жағдайында жарнама компаниясын басқарудағы шығармашылық , креативтік ойлауды қалыптастыру	формирование креативного мышления по управлению рекламным предприятием в условиях роста конкуренции и усложнения рекламного рынка на современном этапе.	the formation of creative thinking in managing an advertising company in the face of growing competition and the complication of the advertising market at the present stage
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар -жарнама компаниясының тиімділігін арттыру және жарнама нарығында стратегиялық мақсаттарға жету үшін заманауи басқару технологияларын түсініп біледі; - клиенттерді тарту және сақтау технологияларын қолдануды, жарнамалық компанияның стратегиялық мақсаттарға жету перспективаларын бағалауды, жарнамалық кәсіпорында коммерциялық жетістікке жету үшін жанама іскерлік ойлау дағдыларын меңгереді;	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать и понимать управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия и достижению стратегических целей на рекламном рынке; - применить технологии привлечения и удержания заказчиков - оценивать перспективу деятельности рекламного предприятия по достижению стратегических целей - обладать навыками латерального бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха рекламного предприятия	After successful completion of the course, students will be - know and understand modern management technologies to improve the efficiency of the advertising company and achieve strategic goals in the advertising market; - apply technologies for attracting and retaining customers assess the prospects for the activities of an advertising company to achieve strategic goals - have the skills of lateral business thinking to achieve the commercial success of an advertising venture
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Бұл пән қазіргі заманғы нарық жағдайында жарнама компаниясын ұйымдастырудың және басқарудың әртүрлі аспектілері, жарнама компаниясының коммерциялық қызметін жоспарлау, жарнамалық қызметтерді жүзеге асыру бойынша құзыреттілік білімін дамытуға бағытталған. Жарнамалық	Данная дисциплина нацелена на развитие компетенции знаниеразличных аспектов организации и управления рекламным предприятием в современных рыночных условиях, планирования коммерческой деятельности рекламного предприятия,	This discipline is focuses on the developing competence knowledge of various aspects of organizing and managing an advertising company in modern market conditions, planning the commercial activities of an advertising company,

компаниядағы сапа менеджменті шеңберінде клиентпен құжаттарды рәсімдеу. Жарнамалық компанияны басқарудағы маркетингтік тұжырымдамалар. Жарнама компаниясының қызметін жоспарлау. Жарнама компаниясының қызметін талдау.	реализации рекламных услуг. Документирование работы с клиентом в рамках управления качеством на рекламном предприятии. Концепции маркетинга в управлении рекламным предприятием. Планирование деятельности рекламного предприятия. Анализ деятельности рекламного предприятия.	and implementing advertising services Documenting work with a client in the framework of quality management in an advertising company. Marketing concepts in the management of an advertising company. Planning the activities of an advertising company. Analysis of the activities of the advertising company.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
практик-мамандарды шақыру, бизнес, қызмет өкілдерімен іскерлік кездесулер өткізу және т. б.	приглашение специалистов-практиков, проведение деловых встреч с представителями бизнеса, и др.	inviting practitioners, holding business meetings with representatives of business, service, etc.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor

Шығындарды басқару/ Управление затратами / Cost management		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>магистранттарды шығындардың теориялық және практикалық аспектілерімен таныстыру – әртүрлі экономикалық категориялар, өндіріс шығындарын қалыптастыру және шығындардың пайда болу орындары бойынша да, өнімнің әртүрлі түрлері бойынша да жұмыс істеу және осы негізде менеджерге жоспарлау, басқару және бақылау бойынша шешімдер қабылдау кезінде қажетті ақпаратты құру процесі</p>	<p>ознакомить магистрантов с теоретическими и практическими аспектами затрат – разноплановой экономической категории, процессом формирования издержек производства и обращения как по местам образования затрат, так и по различным видам продукции и создания на этой основе информации, необходимой менеджеру при принятии решений по планированию, управлению и контролю</p>	<p>to acquaint undergraduates with the theoretical and practical aspects of costs – a diverse economic category, the process of forming production costs and circulation both at the places of cost formation and for various types of products, and to create on this basis the information necessary for the manager when making decisions on planning, management and control</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <p>-түрлі ұйымдық-құқықтық нысандары бар кәсіпорындарда өзіндік құнды есептеудің принциптері мен әдістерін; шығындарды басқару және шешім қабылдау процесінің мәнін біледі.</p> <p>-басқарушылық шешімдер қабылдау үшін шығындарды қалыптастыру және өнімнің (жұмыстардың, қызметтердің) өзіндік құнын калькуляциялау; ұйымда ұтымды басқару шешімдерін қабылдау мақсатында шығындар туралы экономикалық ақпаратты қалыптастыру дағдысын меңгереді.</p> <p>- таңдалған мамандық аясында шығындарды басқару және баға белгілеудің шығынды әдістері туралы білімді іс жүзінде қолдану</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>знать принципы и методы расчета себестоимости на предприятиях с различными организационно-правовыми формами; сущность процесса управления затратами и принятия решений.</p> <p>-формировать затраты и калькулировать себестоимость продукции (работ, услуг) для принятия управленческих решений; обладать навыками формирования экономической информации о затратах с целью принятия рациональных управленческих решений в организации.</p> <p>быть компетентными в части практического применения знаний об управлении затратами и затратных методов</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>know the principles and methods of cost calculation in enterprises with different organizational and legal forms; the essence of the cost management and decision-making process.</p> <p>be able to generate costs and calculate the cost of products (works, services) for making management decisions;</p> <p>possess the skills of forming economic information about costs in order to make rational management decisions in the organization.</p> <p>be competent in terms of the practical application of knowledge about cost management and cost pricing methods within the chosen specialty, have not only knowledge about business management, but also be able to solve tactical and strategic</p>

бөлігінде қызметті басқару туралы білімді ғана емес, сонымен қатар осы саладағы тактикалық және стратегиялық міндеттерді шеше білуде құзыретті болады.	ценообразования в рамках выбранной специальности, обладать не только знаниями об управлении деятельностью, но и уметь решать тактические и стратегические задачи в этой области.	tasks in this area
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Пән шеңберінде магистранттар шығындардың экономикалық табиғатын және өзіндік құн құрылымын зерделейді; шығындарды жоспарлау (бюджеттеу); өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау бойынша есептер жүргізу; қысқа мерзімді басқарушылық шешімдер қабылдау кезіндегі шығындарды талдау; инвестициялық салымдар бойынша шешімдер қабылдау кезіндегі шығындар мен нәтижелерді талдау дағдыларына ие болады	В рамках дисциплины магистранты изучат экономическую природу затрат и структуру себестоимости; получают навыки планирования (бюджетирования) затрат; ведения расчетов по калькулированию себестоимости продукции; анализа затрат при принятии краткосрочных управленческих решений; затрат и результатов при принятии решений по инвестиционным вложениям	Within the framework of the discipline, undergraduates will study the economic nature of costs and the structure of costs; gain skills in planning (budgeting) costs; conducting calculations for calculating the cost of production; analyzing costs when making short-term management decisions; costs and results when making decisions on investment investments
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақ өткізу, шығындарды жоспарлау(бюджеттеу), өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау	Проведение занятий на филиалах кафедры, планирование (бюджетирование) затрат, калькулирование себестоимости продукции.	Conducting classes at the branches of the department, planning (budgeting) costs, calculating the cost of production
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А. э.ғ.к., доцент	Утебаева Ж.А. к.э.н., доцент	Professor

Баға және баға орнату / Цены и ценообразование / Pricis and pricing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
білім алушыларда қазіргі кезеңде баға белгілеу саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру	формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области ценообразования на современном этапе	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of pricing at the present stage
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <p>-баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздері, оқытылатын курстың негізгі санаттарын; баға белгілеу әдістері; баға белгілеудің маркетингтік аспектілерін; баға белгілеу саласындағы стратегиялық және тактикалық процестердің негіздерін біледі;</p> <p>- баға белгілеу саласындағы нақты практикалық жағдайларды талдау және бағалауды кезінде ойлау дербестігі мен шығармашылық көзқарасын көрсету; өзінің практикалық қызметінде баға белгілеу теориясы бойынша пайдалануды; баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу дағдысын; бағаны есептеудің заманауи тәсілдері мен тәсілдерін пайдалануды; баға белгілеу саласында шешім қабылдаудың неғұрлым ұтымды тәсілдерін таңдауды меңгереді;</p> <p>- дұрыс баға шешімін қабылдау үшін нарық конъюнктурасын бағалауда; ұйымның кірісін ұлғайту үшін баға белгілеу әдісін таңдауда; баға белгілеу стратегиясы мен тактикасын айқындауда құзыретті болады.</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>знать методологические основы процесса ценообразования, основные категории изучаемого курса; методы ценообразования; маркетинговые аспекты ценообразования; основы стратегических и тактических процессов в сфере ценообразования;</p> <p>применять различные методы ценообразования; использовать маркетинговые инструменты в области ценообразования; правильно определять ценовую стратегию и тактику; проявлять самостоятельность мышления и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в области ценообразования; использовать по теории ценообразования в своей практической деятельности;</p> <p>обладать навыками проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов ценообразования; использования современных приемов и способов расчета цен; выбора наиболее рациональных способов принятия решений в области ценообразования;</p> <p>быть компетентными: в оценке конъюнктуры рынка для принятия правильного ценового</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>know methodological foundations of the pricing process, the main categories of the course being studied; pricing methods; marketing aspects of pricing; fundamentals of strategic and tactical processes in the field of pricing;</p> <p>be able to apply various pricing methods; use marketing tools in the field of pricing; correctly determine the pricing strategy and tactics; show independence of thinking and creativity in the analysis and evaluation of specific practical situations in the field of pricing; use the theory of pricing in their practical activities;</p> <p>possess skills in analyzing marketing problems and specific market situations related to pricing issues; using modern techniques and methods of calculating prices; choosing the most rational ways of making decisions in the field of pricing;</p> <p>be competent in assessing the market situation to make the right price decision; choosing a pricing method to increase the profit of the organization; determining the pricing strategy and tactics.</p>

	решения; выборе метода ценообразования для увеличения прибыли организации; определении стратегии и тактики ценообразования.	
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Пән шеңберінде магистранттар баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздерін, баға белгілеу әдістерін; баға белгілеудің маркетингтік аспектілерін; стратегия мен тактика негіздерін зерделейді. Пән баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік проблемалар мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу; бағаларды есептеудің қазіргі заманғы тәсілдері мен тәсілдерін пайдалану; баға белгілеу саласында шешімдер қабылдаудың неғұрлым ұтымды тәсілдерін таңдау қабілетін қалыптастырады	В рамках дисциплины магистранты изучат методологические основы процесса ценообразования, методы ценообразования; маркетинговые аспекты ценообразования; основы стратегии и тактики. Дисциплина формирует способности проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов ценообразования; использования современных приемов и способов расчета цен; выбора наиболее рациональных способов принятия решений в области ценообразования	Within the framework of the discipline, undergraduates study the methodological foundations of the pricing process, pricing methods; marketing aspects of pricing; the basics of strategy and tactics. The discipline develops the ability to analyze marketing problems and specific market situations related to pricing issues; to use modern methods and methods of calculating prices; to choose the most rational ways of making decisions in the field of pricing
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақтар өткізу, сондай-ақ баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларды талдау; бағаларды есептеудің заманауи тәсілдері мен тәсілдерін пайдалану	Проведение занятий на филиалах кафедры, а также анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов ценообразования; использования современных приемов и способов расчета цен.	Conducting classes at the branches of the department, as well as analyzing marketing problems and specific market situations related to pricing issues; using modern techniques and methods for calculating prices
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Тобылов К.Т. э.ғ.к.доцент	Тобылов К.Т. к.э.н. доцент	Tobylov K. T. candidate of economic sciences, assistant professor

Бренд маркетингі / Бренд маркетинг / Brand marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Брендинг саласындағы негізгі құзыреттілікті дамыту, яғни магистранттарға болашақта бәсекеге қабілетті және қорғалу қабілеттілігі жоғары брендтерді құруға, олардың орналасуы мен имиджін анықтауға, фирмалардың маркетингтік стратегияларын ескере отырып, олардың дамуын басқаруға көмектесетін брендтерді құру және басқару қызметіне кәсіби көзқарас қалыптастыру	Развитие ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка у магистрантов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирм	Development of key competencies in the field of branding, i.e. development of a professional view of the activities of creating and managing brands, which will help them in the future to develop competitive and protective brands, determine their positioning and image, manage their development, taking into account the marketing strategies of firms
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - қазіргі заманғы нарықтарда әртүрлі компаниялардың жұмыс істеуінің бизнес – моделіндегі брендингтің рөлін, бренд түрлері және компанияның бренд портфеліндегі олардың әртүрлі рөлдерін біледі, -бренд-имиджді модельдеу технологияларын позициялау және меңгеру тұжырымдамасын әзірлеуді меңгереді, -көрсетілген білімді зерттеу жұмысында қолдану дағдысын меңгереді, -жаһандық ортадағы экономикалық агенттер мен нарықтардың мінез-құлқын экономикалық және стратегиялық талдауда құзыретті болады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: роли брендинга в бизнес –модели функционирования различных компаний на современных рынках, типов брендов и их различных ролей в марочном портфеле компании уметь: разрабатывать концепции позиционирования и владения технологиями моделирования брэнд-имиджа владеть: навыками применения указанных знаний в исследовательской работе быть компетентными: владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	After successful completion of the course, students will be - know: the role of branding in the business model of the functioning of various companies in modern markets, the types of brands and their various roles in the brand portfolio of the company be able to: develop the concepts of positioning and ownership of brand image modeling technologies possess: the skills of applying this knowledge in research work be competent: master the methods of economic and strategic analysis of the behavior of economic agents and markets in the global environment
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

<p>Коммерциялық қызметтегі брендингтің рөлі мен орны. Брендингтің социологиялық және психологиялық аспектілері. Тауар таңбаларын трансформациялау. Күшті брендтер. Компанияның бренд саясатының мазмұны. Брендингтегі стратегиялық шешімдер. Заманауи брендинг технологиялары. Фирманың брендингін басқару</p>	<p>Роль и место брендинга в коммерческой деятельности. Социологические и психологические аспекты брендинга. Трансформация товарных знаков. Сильные бренды. Содержание брендовой политики фирмы. Стратегические решения в брендинге. Современные технологии брендинга. Управление брендингом фирмы</p>	<p>The role and place of branding in commercial activities. Sociological and psychological aspects of branding. Transformation of trademarks. Strong brands. The content of the company's brand policy. Strategic decisions in branding. Modern branding technologies. Company branding management</p>
<p><i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i></p>		
<p>Кафедра филиалдарында сабақтар өткізу, медиажоспарлау және жарнамалық-коммуникациялық кампанияның жоспар-кестесін құру</p>	<p>Проведение занятий на филиалах кафедры, медиапланирование и создание плана-графика рекламно-коммуникационной кампании</p>	<p>Conducting classes at the department's branches, media planning and creating a schedule for an advertising and communication campaign</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Zhilkaidarova A. A.</p>