

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АБАЯ**



КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

6B04106 - МАРКЕТИНГ (совместная)

Кафедра «Экономические специальности»

№	НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИН И ИХ ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ	ECTS
ЦИКЛ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН (ООД)		
КОМПОНЕНТ ПО ВЫБОРУ (КВ)		
1.	Методы исследования экономики и предпринимательства	
	Общественное производство. Сущность, формы, структура капитала. Издержки производства. Доходы производства в рыночной экономике. Понятие бизнеса. Виды предпринимательской деятельности. Теория собственности, общественные формы хозяйствования. Товар, деньги. Общественно экономическая система. Возникновение рынка. Финансовая система. Роль государства в развитии бизнеса. Макроэкономика. Ресурсосбережение. Цикличность экономического развития. Инфляция и безработица. Казахстан в системе мирохозяйственных связей.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. Мэнкью, Грегори. Экономика = Economics / Н. Г. Мэнкью, М. П. Тейлор. - 4-халықаралық басылым. - Астана : «Ұлттық аударма бюросы», 2018. - 848</p> <p>Жак , Жан. Экономика және бизнеске арналған математика:- Алматы: Жоғары оқу орындарының қауымдастығы. Т.1 /ауд.: Ж. Тасмамбетов, А. Тасмамбетова, А. Жақсылықұлы.-2016. 440б.</p> <p>2. Экономика негіздері: оқу құралы / Ж.Я. Әубәкірова [и др.]. - Алматы: Қазақ университеті, 2017.</p> <p>3. Блэк Джон, Хашимзаде Нигар, Майлз Гарет. Оксфорд экономика сөздігі. Алматы : «Ұлттық аударма бюросы», 2018. – 848 с.</p>		
2.	Исследовательские навыки в области права и антикоррупционной культуры	
	Основные положения Конституции, действующего законодательства РК; систему органов государственного управления, круг полномочий, цели, методы государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике; финансовое право и финансы; механизм взаимодействия материального и процессуального права; сущность коррупции, причины ее происхождения; меру морально-нравственной, правовой ответственности за коррупционные правонарушения; действующее законодательство в области противодействия коррупции.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. Ағыбаев А.Н., Қожаниязов А.Т. Парақорлық үшін қылмыстық жауаптылық. Оқу құралы. - Алматы: Эпиграф, 2019.-160 б.</p> <p>2. Сыбайлас-жемқорлықсыз білім = Антикоррупционное образование = Anticorruption education: оқу-әдістемелік құралы / Б.Х. Төлеубекова және т.б. - Алматы: Абай атындағы ҚазҰПУ "Ұлағат" баспасы, 2015. - 192 б.</p> <p>3. Ағыбаев А.Н. Ответственность за отдельные виды коррупционных правонарушений по новому Уголовному Кодексу Республики Казахстан: учебное издание / сост. А.Н. Ағыбаев. - Алматы: Эпиграф, 2019. - 88 с.</p>		
3.	Основы исследований в экологии и безопасной жизнедеятельности	
	Основные закономерности функционирования живых организмов, экосистем различного уровня организации, биосферы в целом, их устойчивости; взаимодействия компонентов биосферы и экологических последствиях хозяйственной деятельности человека, особенно в условиях интенсификации природопользования; современные представления о концепциях, стратегиях и практических задачах устойчивого развития в различных странах и РК; проблемы экологии, охраны окружающей среды, устойчивого развития. Безопасность жизнедеятельности, ее основные положения. Опасности, чрезвычайные ситуации. Анализ риска, управление рисками. Системы безопасности человека. Дестабилизирующие факторы современности. Социальные опасности, защита от них: опасности в духовной сфере, политике, защита от них: опасности в экономической сфере, опасности в быту, повседневной жизни. Система органов обеспечения безопасности жизнедеятельности, и	5

	правового регулирования их деятельности.	
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Қыстаубаева З.Т. Тіршілік қауіпсіздігі негіздері: оқу құралы / З.Т.Қыстаубаева, А.Ш. Сарсембаева. – Алматы: New book, 2019. – 272 б. 2. Безопасность жизнедеятельности: учебник для студентов учреждений высш. Проф. Образования / Л. А. Михайлов, В. М. Губанов, В. П. Соломин. – М.: Академия, 2013. – 272 с.		
ЦИКЛ БАЗОВЫХ И ПРОФИЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН		
КОМПОНЕНТ ПО ВЫБОРУ (КВ)		
4.	Французский язык (А 1.1)	
	Цель: формирование коммуникативных компетенций на основе языкового материала на уровне А1.1, формирование коммуникативно-межкультурной компетенции. Содержание: Первые контакты и знакомство. Информация о себе. Заполнить формуляр. Город, где я живу (учусь). Страны мира. Указать маршрут. Написать открытку другу (родителям). Профессии. Физические и психологические характеристики. Я и моя семья. Формируемые компетенции: должны уметь понимать иноязычные тексты разного характера, пользоваться ознакомительным, изучающим, поисковым видами чтения	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Mangiante, Jean-Marc. leFrançais sur Objectif Universitaire / Jean-Marc Mangiante, Chantal Parpette. - Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2014. - 252 p. + +DVD-ROM inclus. 2. Dubois Anne-Lyse. Objectif express 2 : le monde professionnel en français B1/B2.1 / Anne-Lyse Dubois, Beatrice Tauzin. - Nouvelle edition. - France : Hachette-Livte, 2016. - 224 p. 3. Rosillo M. P. Quartier D`affaires : français professionnel et des affaires 1 A2 / M. P. Rosillo, P. Maccotta, M. Demaret. - France : CLE International, 2013. - 141 p. 4. Le nouvel édito Niveau B1 : méthode de français / É. Heu [et al.]. - France : Didier, 2017. - 224		
5.	Французский язык (А 1.2)	
	Цель: приобретение новых языковых знаний и навыков. Развитие запаса слов французского языка на уровне А 1.2. Содержание: Время и расписание. Привычки. Рабочий день. Назначить встречу. Пригласить. Праздники. Праздники во Франции и в Казахстане. Позвонить. Давать советы. Рассказать биографию артиста. Описание внешности. Времена года. Климат. Описать местность. Письмо другу. Путешествие. Формируемые компетенции: должны понимать на слух высказывания и видеоматериалы разного характера.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Interactions, dialogues, conversations: l'oral en français langue étrangère / E. Ravazzolo [et al.]. - France : Hachette-Livte, 2015. - 223 p. - 2. Grégoire Maïa. Grammaire progressive du français. Intermédiaire. A2 B1 / Grégoire Maïa, Thiévenaz Odile. - 4e édition. - France : CLE International, 2018. - 279 p. 3. Miquel Claire. Vocabulaire Progressif du Français. Débutant. A1 / Miquel Claire. - 3e ed. - France : CLE International, 2019. - 175 p 4. Penfornis Jean-Luc. Français.com. Cahier d'exercices. Niveau débutant. : méthode de Français professionnel et des affaires / Penfornis Jean-Luc. - 2e ed. - France : CLE International, 2019. - 111 p		
6.	Французский язык (А 2.1)	
	Цель: развитие коммуникативных компетенций на уровне А 2.1- А 2.2, формирование суждений о стране изучаемого языка, особенностях, традициях и др. Содержание: Магазины, покупки. Кафе, рестораны. Типы жилья. Моя квартира (мой дом). Арендовать квартиру. Отношения с друзьями. Соседи. Учеба по обмену. Как пройти собеседование. Формируемые компетенции: должны уметь вести диалоги разного типа и грамотно оформлять основные виды письменного речевого дискурса	5
Книгообеспеченность дисциплины		

<p>1. Penfornis Jean-Luc. Français.com. Français professionnel. Niveau débutant : méthode de Français professionnel et des affaires / Penfornis Jean-Luc. - 2e ed. - France : CLE International, 2018. - 159 p.</p> <p>2. Miquel Claire. Vocabulaire progressif du français. Intermédiaire A2 B1 / Miquel Claire, Goliot-Lété Anne. - 3e ed. - France : CLE International, 2019. - 207 p</p> <p>3. Penfornis Jean-Luc. Français.com. Français Professionnel. Niveau intermédiaire : méthode de Français professionnel et des affaires / Penfornis Jean-Luc. - France : CLE International, 2018. - 167 p.</p> <p>4. Pour une didactique de l'oralité. : enseigner le français tel qu'il est parlé / Weber Corinne. - France : Didier, 2019. - 331 p.</p>		
7.	Английский язык 1	
	<p>Цель: формирование коммуникативных компетенций на основе языкового материала на уровне A1.1, формирование коммуникативно-межкультурной компетенции.</p> <p>Содержание: Первые контакты и знакомство. Информация о себе. Заполнить формуляр. Город, где я живу (учусь). Страны мира. Указать маршрут. Написать открытку другу (родителям). Профессии. Физические и психологические характеристики. Я и моя семья.</p> <p>Формируемые компетенции: должны уметь понимать иноязычные тексты разного характера, пользоваться ознакомительным, изучающим, поисковым видами чтения</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p</p> <p>2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve).</p> <p>3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.</p>		
8.	Английский язык 2	
	<p>Цель: приобретение новых языковых знаний и навыков. Развитие запаса слов французского языка на уровне A 1.2.</p> <p>Содержание: Время и расписание. Привычки. Рабочий день. Назначить встречу. Пригласить. Праздники. Праздники во Франции и в Казахстане. Позвонить. Давать советы. Рассказать биографию артиста. Описание внешности. Времена года. Климат. Описать местность. Письмо другу. Путешествие.</p> <p>Формируемые компетенции: должны понимать на слух высказывания и видеоматериалы разного характера.</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p</p> <p>2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve).</p> <p>3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.</p>		
9.	Английский язык 3	
	<p>Цель: развитие коммуникативных компетенций на уровне A 2.1- A 2.2, формирование суждений о стране изучаемого языка, особенностях, традициях и др.</p> <p>Содержание: Магазины, покупки. Кафе, рестораны. Типы жилья. Моя квартира (мой дом). Арендовать квартиру. Отношения с друзьями. Соседи. Учеба по обмену. Как пройти собеседование.</p> <p>Формируемые компетенции: должны уметь вести диалоги разного типа и грамотно оформлять основные виды письменного речевого дискурса</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p</p> <p>2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve).</p> <p>3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.</p>		

10.	Статистика	
	Цель: освоить и применить статистические методы сбора, обработки информации, анализа социально-экономических показателей. Содержание: Предмет, метод, задачи статистики. Статистическое наблюдение, его формы. Задачи, виды группировок. Абсолютные, относительные величины. Формулы расчетов показателей вариации. Сущность выборочного наблюдения. Ряды динамики. Формируемые компетенции: знать основные понятия, термины статистики, уметь выявлять и понимать закономерности, тенденции развития массовых общественных явлений и процессов.	4
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Шокаманов Ю.К. Статистика [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений / Ю. К. Шокаманов, К. К. Бельгибаева. - 2-е изд.; перераб. и доп. - Алматы : Экономика, 2016. - 536 с. 2. Джозеф Ф. Хили. Статистика негіздері элеуметтік зерттеу құралы. Алматы. "Ұлттық аударма бюросы" 2020. -576 б. 3. Мұханбетова С. М. Статистика : оқулық / С. М. Мұханбетова. - Алматы : ЖШС РПБК "Дәуір", 2011. - 384 б.		
11.	Эконометрика	
	Цель: дать научное представление о методах, моделях и приемах, позволяющих получать количественные выражения закономерностей управленческих и экономических процессов. Содержание: Основы эконометрики. Информационная база. Динамические ряды. Регрессия. Методика выявления мультиколлинеарности. Построение уравнения методом пошаговой регрессии. Проверка значимости коэффициентов регрессии. Интерпретация значений регрессионной статистики. Формируемые компетенции: знать методы количественной оценки взаимосвязи социально-экономических процессов и определения аналитического выражения связи.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Яновский Л. П. Введение в эконометрику [Текст] : учебное пособие / Л. П. Яновский, А. Г. Буховец. - 3-е изд., стер. - М : КНОРУС, 2017. 2. Иманбердиев Б.Д. Эконометрика : учебное пособие / Б. Д. Иманбердиев. - Алматы : КазНПУ им. Абая , 2012. - 208 с.		
12.	Логистика	
	Цель:обеспечение потребителя продукцией в нужное время и определенное место при минимальных затратах на осуществление логистических операций и используемых производственных ресурсов. Логистика управляет физическим распределением и материальными ресурсами. Содержание логистики как науки является установление причинно-следственных связей и закономерностей, присущих процессу товародвижения, в целях определения и реализации на практике эффективных организационных форм и методов управления материальными и информационными потоками. Формируемые компетенции: знать концептуальные положения процесса тактического планирования и организации производства, осуществлять процесс тактического управления, включающего, подготовку планов, организации их выполнения и регулирования производства	5
Книгообеспеченность дисциплины		
Григорьев М.Н. Логистика. Продвинутый курс. В 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 472 с. Григорьев М.Н. Логистика. Продвинутый курс. В 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 341 с. Дыбская В.В. Логистика складирования : учебник / В. В. Дыбская. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 559 с.		
13.	Статистические методы в экономике	

	Цель: изучение основных методов многомерного статистического анализа, обладание прикладными аспектами данных методов в постановочной части решаемых задач и интерпретации результатов, обладание навыками работы с соответствующими разделами. Содержание: Статистическая сводка и группировка. Абсолютные и относительные статистические величины. Средние величины и показатели вариации. Формируемые компетенции: знать методы статистического исследования; методологические основы построения, расчета и анализа современной системы показателей.	4
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Шокаманов Ю.К. Статистика [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений / Ю. К. Шокаманов, К. К. Бельгибаева. - 2-е изд.; перераб. и доп. - Алматы : Экономика, 2016. - 536 с. 2. Джозеф Ф. Хили. Статистика негіздері элеуметтік зерттеу құралы. Алматы. "Ұлттық аударма бюросы" 2020. -576 б. 3. Мұханбетова С. М. Статистика : оқулық / С. М. Мұханбетова. - Алматы : ЖШС РПБК "Дәуір", 2011. - 384 б.		
14.	Экономика - математическое моделирование	
	Цель: изучение усвоения студентами теоретических знаний и приобретения элементарных практических навыков по формулированию прикладных экономико-математических моделей, их анализу и использованию для принятия управленческих решений. Содержание: Основные понятия, предмет и области применения экономико-математического моделирования. Классификация экономико-математических методов и моделей. Методы принятия решений в условиях неопределенности и риска. Модели массового обслуживания Формируемые компетенции: знать и понимать законы развития природы, общества и мышления.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Махотина М.В. Экономика в схемах : учеб. пособие / М. В. Махотина, В. И. Симоненко. - М. : Эксмо, 2011. - 192 с.		
15.	Государственный бюджет	
	Цель: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по формированию и функционированию бюджетной системы. Задачи: изучить экономическое содержание бюджета и его роль в макроэкономическом регулировании, принципы построения бюджетной системы, порядок формирования и исполнения бюджетов различных уровней. Формируемые компетенции: оценивать эффективность бюджетных вложений; анализировать составление и исполнение бюджета; проводить анализ структуры государственного бюджета, источников финансирования дефицита бюджета.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Розен Ш.Харви, Гейер Тед Мемлекеттік қаржы.- Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" ,- 2020. - 600 б. 2. Бюджетирование: шаг за шагом / Е. Добровольский, Б. Карabanов [и др.]. - СПб. : Питер , 2011. - 480 с.		
16.	Банковский маркетинг	
	Цель: формирование теоретических основ, практических навыков в области организации банковского маркетинга, овладение его принципами в условиях развития современной банковской системы. Содержание: сущность банковского маркетинга. Маркетинговая среда банка. Банковские маркетинговые исследования. Системы распределения банковских услуг. Сервисная и коммуникационная политика Банка. Управление маркетингом в банке. Компетенции: знание особенностей рынка банковских услуг, концепций, возможностей применения инструментов банковского маркетинга.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1 Золотковский Ю.С. Банковский маркетинг. Учебное пособие (книга) 2015, 2. Кушу С.О. Банковский менеджмент и маркетинг. Учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (книга) 2017		

3. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник (книга) 2012.		
17.	Маркетинг образования	
	Цель: раскрыть специфику маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг и научить эффективному управлению спросом. Содержание: Сущность маркетинга образования. Особенности рынка образовательных услуг. Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг. Распределение и продвижение образовательных услуг. Компетенции: знать структуру современного рынка образовательных услуг и объекты рыночных отношений в образовании; владеть навыками разработки комплекса маркетинга для образовательных услуг, предназначенных для различных рыночных сегментов.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Дьякова Т.М. Маркетинг. Учебное пособие (книга) 2014. 2. Костылева С.Ю. Экономический маркетинг. Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» (книга) 2015. 3. Кметь Е.Б., Ким А.Г. Управление маркетингом. Учебник (книга) 2016.		
18.	Торговый маркетинг	
	Цель: подготовка специалиста маркетолога новой формации, умеющего проводить маркетинговые исследования в сфере торговли, адаптироваться к меняющимся требованиям рынка. Содержание: Понятие, принципы и функции торговли. Особенности торгового маркетинга. Оценка конкурентоспособности в торговле. Прогнозирование спроса, ценообразование, маркетинговые коммуникации в торговле. Мерчандайзинг. Компетенции: обладать способностью применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду торговли, ставить и решать задачи маркетинга торговли.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж. Практическое пособие (книга) 2020. 2. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. Маркетинг торгового предприятия. Учебник для бакалавров (книга) 2018. 3. Валигурский Д.И., Авдокушина М.Н., Алексунин В.А. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т.1. Монография (книга) 2019		
19.	Маркетинг социальных услуг	
	Цель: вооружить будущих специалистов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для организации маркетинговой работы в учреждениях социальной сферы. Содержание: Особенности социальных услуг в концепции маркетинга. Маркетинговая среда, маркетинговые исследования, сегментирование рынка социальных услуг. Маркетинг информационно-консалтинговых услуг, банковских услуг, транспортных услуг, торгово-посреднических услуг, сервисного обслуживания Компетенции: уметь разрабатывать программы и инструментарий для диагностики организаций социальной сферы; осуществлять анализ и разработку стратегий.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям (книга) 2017. 2. Топчий Л.В., Романычев И.С., Стрельникова Н.Н., Комаров Е.И., Малофеев И.В. Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация социальных услуг. Учебник для бакалавров (книга) 2019. 3. Малофеев И.В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения (книга) 2019. 4. Мальшина Н.А., Половникова М.В. Маркетинг ландшафтных услуг. Учебник для СПО (книга) 2020.		

20.	Французский язык (А 2.2)	
	Цель: совершенствование коммуникативной и межкультурной компетенции на уровне А2.2– В1.1. Содержание: Франция и французы. Рассказать о работе. Культурные различия. Информировать. Пресса. Дать оценку событию. Виды текстов в прессе. Кино. Свободное время. Туризм. Формируемые компетенции: должны уметь понимать иноязычные тексты разного характера, пользоваться ознакомительным, изучающим, поисковым видами чтения; анализировать содержание и стилистические особенности прочитанного художественного текста	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Dubois Anne-Lyse Objectif express 1. Le monde professionnel en français A1/A2 / Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tauzin. - nouvelle édition. - France : Hachette-Livte, 2019. - 192p. DVD-ROM 2. Dubois Anne-Lyse Objectif express 1. Le monde professionnel en français A1/A2 / Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tauzin. - nouvelle édition. - France : Hachette-Livte, 2019. - 128p. 3. Dubois Anne-Lyse Objectif express 1. Le monde professionnel en français A1/A2 / Anne-Lyse Dubois, Béatrice Tauzin. - nouvelle édition. - France : Hachette-Livte, 2018. - 203p. 4. Solgnet Michel Objectif diplomatie 2. Le français des relations européennes et internationales, B1/B2 / Michel Solgnet. - France : Hachette-Livte, 2017. - 192 p. CD Audio		
21.	Французский язык (В 1.1)	
	Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне В1.1. Содержание: выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию. Формируемые компетенции: должны понимать на слух высказывания и видеоматериалы разного характера; рассказывать, передавать информацию, высказывать своё мнение по поводу увиденного, прочитанного или прослушанного	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Cloose Eliane. Le français du monde du travail B1/B2 : approche spécifique de l'économie et du monde des affaires / E.Cloose. - Cinquieme edition. - Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2017. - 175 p. 2. Riehl L. Objectif Diplomatie 1 [Text] : Le français des relations internationales et européennes A1/A2 / L. Riehl, M. Soignet, M. -H. Amiot. - nouvelle edition. - France : Hachette-Livte, 2017. - 192 p. + CD audio inclus		
22.	Французский язык (В 1.2)	
	Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне В1.1. Содержание: Выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию. Формируемые компетенции: должны уметь вести диалоги разного типа с эффективным использованием изученного языкового материала; грамотно оформлять основные виды письменного речевого дискурса.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Le nouvel édito Niveau B1 : méthode de français / É. Heu [et al.]. - France : Didier, 2017. - 224 p. + CD fichiers audio mp3, DVD video. 2. Serge, Sur. Les aventures de la mondialisation : les relations internationales au début du XXI siècle / S. Serge Sur. - Paris : La documentation Française, 2014. - 273 p. 3. 3. Interactions, dialogues, conversations: l'oral en français langue étrangère / E. Ravazzolo [et al.]. - France : Hachette-Livte, 2015. - 223 p. - (Collection dirigée par Gérard Vigner)		
23.	Профессиональный английский язык 1	
	Цель: совершенствование коммуникативной и межкультурной компетенции на уровне А2.2– В1.1. Содержание: Франция и французы. Рассказать о работе. Культурные различия.	5

	Информировать. Пресса. Дать оценку событию. Виды текстов в прессе. Кино. Свободное время. Туризм. Формируемые компетенции: должны уметь понимать иноязычные тексты разного характера, пользоваться ознакомительным, изучающим, поисковым видами чтения; анализировать содержание и стилистические особенности прочитанного художественного текста	
Книгообеспеченность дисциплины		
1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p 2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve). 3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.		
24.	Профессиональный английский язык 2	
	Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне B1.1. Содержание: выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию. Формируемые компетенции: должны понимать на слух высказывания и видеоматериалы разного характера; рассказывать, передавать информацию, высказывать своё мнение по поводу увиденного, прочитанного или прослушанного	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p 2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve). 3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.		
25.	Профессиональный английский язык 3	
	Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне B1.1. Содержание: Выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию. Формируемые компетенции: должны уметь вести диалоги разного типа с эффективным использованием изученного языкового материала; грамотно оформлять основные виды письменного речевого дискурса	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. English for history students : methodical development. - Almaty : Qazaq university, 2016. - 132 p 2. Latham-Koenig, Christina. English File. Elementary : student`s Book / C. Latham-Koenig, C. Oxenden, P. Seligson. - Oxford : Oxford University Press, 2016. - 167 p. + DVD-ROM (iTutor: Revise. Review. Improve). 3. Latham-Koenig, Christina. English File. Intermediate : student`s Book / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford : Oxford University Press, 2013. - 167 p.		
26.	Маркетинговые исследования	
	Цель: обучить методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений. Содержание: Сущность и организация маркетинговых исследований. Процесс, методы проведения маркетинговых исследований. Планирование выборки. Аналитическая система маркетинга. Этика маркетинговых исследований. Компетенции: уметь применять имеющиеся методические подходы к практике маркетинговых исследований; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.	5
Книгообеспеченность дисциплины		

1. Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования. Учебное пособие (книга), 2011		
2. Мхитарян С.В. Маркетинговые исследования рынка с использованием ППП Statistica. Учебное пособие (книга), 2011		
3. Нетёсова А.В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие (книга), 2011		
4. Маренко В.А., Лучко О.Н. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях. Учебное пособие (книга), 2013		
27.	Управление маркетингом	
	Цель: Сформировать теоретические знания и практические навыки в области управления маркетингом, ознакомить студентов с основными принципами и механизмом управления маркетингом. Содержание: Сущность управления маркетингом. Анализ внутренней, внешней среды фирмы. Планирование маркетинга фирмы. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном уровне. Контроль маркетинга. Компетенции: уметь осуществлять анализ, координацию и регулирование деятельности всех структур предприятия с учетом изменений в окружающей среде.	6
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Эриашвили Н.Д., Коротков А.В., Синяева И.М., Болдырева Т.В., Замедлина Е.А., Маслова В.М., Соскин Я.Г. Управление маркетингом. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» (книга), 2017		
2. Кметь Е.Б., Ким А.Г. Управление маркетингом. Учебник (книга), 2016		
3. Гадиев Г.А., Жильцов Д.А., Жильцова О.Н., Захаренко И.К., Земляк С.В., Калинина М.А., Карпова С.В., Климов Д.В., Комаров П.И., Кондрашов В.М., Лапшова О.А., Леднев М.В., Покаместов И.Е., Рожков И.В., Русин В.Н., Синяева И.М., Тюрин Д.В. Управление маркетингом. Учебник и практикум для бакалавров (книга), 2017.		
28.	Маркетинговые коммуникации	
	Цель: дать студентам углубленные и систематизированные знания в области маркетинговых коммуникаций, а также привить практические навыки организации деятельности по продвижению товаров и услуг. Содержание: Теоретические основы и современные концепции маркетинговых коммуникаций. Решения в системе продвижения микс. Маркетинг отношений. Брендинг. Разработка бюджета продвижения. Компетенции: уметь использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегий продвижения конкретной компании.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Невоструев П.Ю. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие (книга). 2011		
2. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть I. Учебное пособие (книга), 2012		
3. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Личность в системе маркетинговых коммуникаций (книга), 2015		
4. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление. Учебник для магистров (книга), 2016		
29.	Стратегический маркетинг	
	Цель: Формирование у студентов профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических решений, затрагивающих различные аспекты маркетинговой деятельности предприятий. Содержание: Сущность, концепции стратегического маркетинга. Стратегическая сегментация рынка. Стратегическое прогнозирование потребностей. Конкуренция на рынке. Принципы, методы оценки конкурентоспособности. Компетенции: уметь ставить цели, формулировать задачи и находить нестандартные решения по созданию клиентоориентированной модели управления с использованием инструментов маркетинга.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Жук Е.С., Кетова Н.П. Стратегический маркетинг. Учебник (книга), 2011		
2. Лужнова Н.В., Калиева О.М., Мантрова М.С. Стратегический маркетинг. Учебник (книга), 2015		

3.Котляревская И.В. Стратегический маркетинг. Учебное пособие (книга), 2015		
30.	Промышленный маркетинг	
	Цель: формировании знаний, умений и навыков в области маркетинга сырья, машин и оборудования, промышленных услуг, особенностей отраслевого маркетинга. Содержание: Особенности маркетинга средств производства. Исследование, сегментация рынков товаров производственного назначения. Стратегии в промышленном маркетинге. Планирование товаров производственного назначения. Ценовая политика. Сбытовая политика. Стратегии коммуникации. Компетенции: владеть навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей промышленных товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1.Шабашова Л.А. Маркетинг промышленного предприятия. Учебное пособие (книга), 2016 2.Шадрин В.Г., Коновалова О.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебное пособие (книга), 2011 3.Маюрникова Л.А., Давыденко Н.И., Крапива Т.В. Маркетинг в ресторанном бизнесе. Часть 1. Учебное пособие (книга), 2014		
31.	Международный маркетинг	
	Цель: дать углубленные и систематизированные знания в области международного маркетинга, а также привить практические навыки организации международной маркетинговой деятельности . Содержание: Сущность, субъекты международного маркетинга. Международная маркетинговая среда. Исследования, сегментация в международном маркетинге. Международная товарная, ценовая политика. Товародвижение. Международная коммуникационная политика фирмы. Стратегии выхода на внешний рынок. Компетенции: владеть методами и способами выхода на зарубежные рынки.	6
Книгообеспеченность дисциплины		
1.Карпова С.В. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавров (книга), 2018 2.Акулич И.Л. Международный маркетинг. Учебник (книга), 2014 3.Моргунов В.И., Моргунов С.В. Международный маркетинг. Учебник для бакалавров (книга), 2019		
32.	Маркетинг финансовых услуг	
	Цель: Изучение студентами теоретических основ разработки маркетинговой политики предприятия в сфере услуг. Содержание: Особенности услуги в концепции маркетинга. Маркетинговые инструменты сферы услуг. Маркетинговая среда предприятия сферы услуг. Маркетинговые исследования в сфере услуг. Сегментирование рынка услуг. Особенности продвижения услуг. Распределение услуг. Компетенции: уметь применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами в сфере услуг, их исследовании и регулировании	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1.Финансы : учебник / Р. К. Серкебаева, Р. У. Смагулова. - Электрон. текстовые дан. 3,55 МБ. - Алматы : «BOOKPRINT», 2014. - 320 с. - ISBN 978-601-7529-13-0 2.Қаржы: Оқу құралы. Р.Ә. Байжолова, Л.М. Сембиева. – Алматы: Эверо, 2015. – 504 б. ISBN 978-6017429-54-6 3.Кушу С.О. Банковский менеджмент и маркетинг. Учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (книга),2017		
33.	Тактический маркетинг	

	<p>Цель: Формирование системы знаний относительно базовых категорий тактического маркетинга, способов, механизмов и инструментария системного управления предприятием.</p> <p>Содержание: Сущность, функции тактического маркетинга. Методы, подходы управления, обоснование управленческих решений. Организационные структуры управления. Коммуникация и информация в процессе тактического маркетинга. Маркетинговая товарная политика. Тактика и программа маркетинга</p> <p>Компетенции: уметь разрабатывать, принимать управленческие решения в маркетинге; уметь провести маркетинговый анализ рынка.</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д. Основы маркетинга. Теория и практика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» (книга), 2017</p> <p>2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник (книга), 2012</p>		
34.	Брендмаркетинг	
	<p>Цель: Приобретение теоретических знаний о брендмаркетинге как основополагающей категории маркетинга и получение практических навыков, связанных с процессом управления брендом</p> <p>Содержание: Понятие, сущность, природа брендмаркетинга. Концепции бренда. Маркетинговая политика разработки бренда. Позиционирование бренда. Атрибуты, идентичность бренда. Создание лояльного отношения потребителей к бренду. Управление брендом. Понятие, измерение капитала бренда.</p> <p>Компетенции: владеть навыками формирования, управления и продвижения брендом: уметь разрабатывать модель бренда.</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд. Бренддинг. Как создать мощный бренд. Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111- «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» (книга), 2017</p> <p>2. Ферафонтова М.В., Филатов Е.В. Политика государственного бренднга. Проблемы, перспективы развития. Монография (книга), 2012</p> <p>3. Головлева Е.Л. Основы бренднга. Учебное пособие (книга), 2011</p>		
35.	Интернет маркетинг	
	<p>Цель: Формирование знаний об особенностях маркетинговой деятельности в сети Интернет.</p> <p>Содержание: Основы интернет-маркетинга. Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем. Социальные сети, сервисы, блогосфера. Основы SEO-оптимизации. Оценка эффективности интернет-продвижения. Создание и поддержка информационных полей в интернете. Интернет-магазин. Мобильный интернет-маркетинг. Интернет-продвижение инвестиционных проектов.</p> <p>Компетенции: обладать способностью самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в сети Интернет.</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<p>1. Митч Мейерсон, Мэри Скарборо. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете (книга) 2014</p> <p>2. Дэн Заррелла. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта (книга) 2014</p> <p>3. Джим Кокрум. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты (книга) 2013</p>		
36.	Маркетинг услуг	
	<p>Цель: Изучение студентами теоретических основ разработки маркетинговой политики предприятия в сфере услуг.</p> <p>Содержание: Особенности услуги в концепции маркетинга. Маркетинговые инструменты сферы услуг. Маркетинговая среда предприятия сферы услуг. Маркетинговые исследования в сфере услуг. Сегментирование рынка услуг. Особенности продвижения услуг. Распределение услуг.</p> <p>Компетенции: уметь применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами в сфере услуг, их исследовании и регулировании.</p>	6

Книгообеспеченность дисциплины		
1. Резник Г.А., Малышев А.А. Маркетинг услуг. Учебное пособие (книга), 2013 2. Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В. Маркетинг услуг. Учебник (книга), 2019 3. Помаз И.В., Грищенко И.И. Маркетинг услуг. Практикум. Учебное пособие (книга), 2018		
37.	Брендинг	
	Цель: Приобретение теоретических знаний о брендинге как основополагающей категории маркетинга и получение практических навыков, связанных с процессом управления брендом Содержание: История развития бренда. Понятие, сущность, концепции бренда. Маркетинговая политика разработки бренда. Позиционирование бренда. Создание лояльного отношения потребителей к бренду. Практика брендинга. Компетенции: владеть навыками маркетингового управления, в частности, характера решений, относительно управления брендом компании, формирования, управления и продвижения брендом. .	5
Книгообеспеченность дисциплины		
38.	Электронная коммерция	
	Цель: изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг организации. Содержание: Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции. Технологии business-to-consumer, business-to-business. Особенности мобильной, телевизионной коммерции. Развитие электронной коммерции в РК. Компетенции: решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом. Правовое регулирование (книга) ,2014 2. Калужский М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка (книга), 2014 3. Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования. Учебное пособие (книга) 2016		
39.	Региональный маркетинг	
	Цель: изучение принципов, методов и инструментов регионального маркетинга . Содержание: Социально-экономическая сущность регионального маркетинга территорий. Разработка элементов комплекса регионального маркетинга. Маркетинг территорий. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории. Целевой маркетинг в региональном управлении. Стратегический маркетинг территории. Компетенции: уметь формировать стратегии развития региона с учетом соблюдения баланса интересов государства, регионов, предпринимателей на основе повышения конкурентоспособности, с применением инструментов разработки региональных инвестиционных программ.	5
Книгообеспеченность дисциплины		
1. Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ. Маркетинг регионов. Учебно-методический комплекс для магистрантов. Направление 080100.68 – Экономика. Магистерская программа – Региональная экономика (книга),2013 2. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг. Учебное пособие (книга), 2011 3. Петропавловский А.Е. Региональная экономика и управление. Учебное пособие (книга), 2011		
40.	Инновационный маркетинг	

	<p>Цель: Под инновациями в маркетинге следует понимать использование усовершенствованных или новых методов и инструментов маркетинга в процессе создания и распространения товара (технологии, управленческого решения) с целью более эффективного удовлетворения потребностей и запросов потребителей и производителей. На практике инновационный маркетинг затрагивает две важные и одновременно проблемные зоны управления инновациями - это инновации на основных этапах жизненного цикла имеющегося товара и маркетинг нового продукта.</p> <p>Содержание: Стратегическая ориентация на поиск и удовлетворения новых потребностей предполагает, что инновационный маркетинг применяется не только на "выходе", но и на "входе" управление инновационной деятельностью.</p> <p>Организация и управление инновационной деятельностью предприятия осуществляется через призму взаимодействия с рынком предусматривает использование сетевой теории и изучения современных форм отношений на инновационном рынке.</p> <p>Компетенции: владеть навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей промышленных товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций.</p>	6
Книгообеспеченность дисциплины		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Невоструев П.Ю. Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие (книга), 2011 2. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть I. Учебное пособие (книга), 2012 3. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. Личность в системе маркетинговых коммуникаций (книга), 2015 4. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление. Учебник для магистров (книга), 2016 		
41.	Реклама товаров и услуг	
	<p>Целью дисциплины является обучение основам управления рекламным процессом, созданию, производству и проведению рекламной кампании.</p> <p>Содержание: изучения дисциплины является формирование знаний, умений, навыков и компетенций в области механизмов управления созданием и реализацией эффективного рекламного продукта, рекламной кампании</p> <p>Формируемые компетенции: Иметь представление: о теоретико-методологических основах, формах и технологиях производства и управления рекламой и рекламной кампанией.</p>	5
Книгообеспеченность дисциплины		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Основы цифровой экономики: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. М.И. Столбова, Е.А. Бренделевой. – М.: Научная библиотека, 2018. – 238 с. 2. Сергеев Л. И., Юданова А. Л. Цифровая экономика. Учебник для вузов. – М: Юрайт, 2020. – 332 с. 3. Поппер Н. Цифровое золото: невероятная история Биткойна / Н. Поппер; Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 368 с. 		