

Министерство образования и науки Республики Казахстан

РГП «Костанайский
государственный
университет имени
А.Байтурсынова»
Экономический факультет



Утверждаю

Ректор

 Х.Валиев

27 04 2018 г.

Модульные образовательные программы специальности 5В051100-Маркетинг

Названия образовательных программ:

Коммерческий маркетинг

Агропромышленный маркетинг

Уровень: бакалавриат

Костанай, 2018

Составители:

Калкабаева Айнагуль Ережеповна – старший преподаватель кафедры управления и делового администрирования

Рассмотрен на заседании методического совета факультета, протокол 30.03 2018 г. № 3

Рассмотрен на заседании ученого совета университета, протокол от 27.04 2018 г. № 5

Разработаны на основании следующих документов:

- ГОС ВО, утвержденный постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 августа 2012 года № 1080 (с изменениями и дополнениями);

-Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 года Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений.

Согласовано:

Начальник маркетингового отдела
ТОО «Стомед»



Т.П.Осипова

© Костанайский государственный университет имени А.Байтурсынова

Паспорт образовательных программ

Образовательная программа 1 «Коммерческий маркетинг»	Образовательная программа 2 «Агропромышленный маркетинг»
Цель образовательной программы	
подготовка квалифицированных специалистов в сфере коммерческого маркетинга, способных внедрять и использовать современные методы и инструменты маркетинга в коммерческих организациях	подготовка квалифицированных специалистов в сфере агропромышленного маркетинга, способных внедрять и использовать современные методы и инструменты маркетинга в сельскохозяйственных организациях
Присуждаемая степень	
Бакалавр экономики и бизнеса по специальности 5В051100 - Маркетинг	
Перечень должностей специалиста	
Руководитель отдела маркетинга и внешних связей, менеджер бренда, менеджер по продукту, менеджер по публичным отношениям, специалист по рекламе, менеджер по сбыту, торговый агент, маркетолог – аналитик, маркетолог-консультант, преподаватель колледжа	
Область профессиональной деятельности	
Выпускник может осуществлять свою профессиональную деятельность в сфере:	
<ul style="list-style-type: none"> - изучения маркетинговых возможностей и среды хозяйствующих субъектов; - проведения маркетинговых исследований; - отбора целевого сегмента, прогнозирования спроса потребителей и позиционирования товаров для выбранного сегмента; - разработки политики в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями; - разработки стратегических и текущих планов маркетинга и контроля их выполнения. 	
- разработки и реализации маркетинговых мероприятий при осуществлении деятельности коммерческих организаций.	-разработки и реализации маркетинговых мероприятий при осуществлении деятельности организаций сферы АПК.
Объекты профессиональной деятельности	
Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:	
<ul style="list-style-type: none"> - рынки (товарные, фондовые, информационные, капитала, труда ит.д.); - государственные учреждения; - предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионное бюро); - производственные и посреднические предприятия; - международные торговые палаты; - торговые дома; - транспорт и коммуникации; - складское хозяйство; - политические образования; -общественные организации; - организации образования(колледжи) 	
- коммерческие организации.	- организации сферы АПК.
Функции и виды профессиональной деятельности	
Функции профессиональной деятельности выпускника:	
<ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые исследования по различным направлениям (исследование рынка, товаров/услуг, потребителей, посредников, конкурентов, маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга); - разработка и реализация управленческих решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования (перепозиционирования) товаров/ услуг хозяйствующих, разработки корпоративных и инструментальных стратегий; 	
-методы сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных	-методы и инструменты анализа и интерпретации маркетинговых данных о социально-

<p>маркетинговых задач в коммерческих организациях;</p> <p>-особенности организации и проведения маркетинговых мероприятий в коммерческих организациях;</p> <p>-маркетинговые планы и программы в коммерческих организациях.</p>	<p>экономических процессах и явлениях, выявлении тенденций изменения социально- экономических показателей деятельности организаций сферы АПК;</p> <p>-специфика осуществления мероприятий комплекса агромаркетинга;</p> <p>-стратегия и тактика агромаркетинга.</p>
<p>Видами профессиональной деятельности могут быть:</p> <p>-организационно-управленческая;</p> <p>-производственно-технологическая;</p> <p>-сервисно-эксплуатационная;</p> <p>-расчетно-проектная;</p> <p>-экспериментально-исследовательская;</p> <p>-образовательная (педагогическая);</p>	
<p>- рекламный бизнес;</p> <p>- консалтинг;</p> <p>- внешнеторговые операции.</p>	<p>- логистический бизнес;</p> <p>- агроаналитик;</p> <p>- внешнеторговые операции</p>
<p>Ключевые компетенции</p>	
<p><i>В области родного языка</i></p> <p>способен выражать и понимать понятия, мысли, чувства, факты и мнения в письменной и устной формах (слушание, говорение, чтение и письмо), а также взаимодействовать лингвистически соответствующим образом во время учебы, на работе, дома и на отдыхе.</p> <p><i>В области иностранных языков</i></p> <p>владеет основными навыками коммуникации на иностранном языке: способен понимать, выражать и толковать понятия, мысли, факты и мнения как в устной, так и в письменной форме.</p> <p><i>Фундаментальная математическая, естественнонаучная и техническая подготовка</i></p> <p>способен развивать и применять математическое мышление для решения производственных задач в повседневных ситуациях, использовать математические способы мышления (логика, пространственное мышление) и презентации (формулы, модели, таблицы и т.д.) в своей профессиональной деятельности;</p> <p>способен использовать основы знаний и методологий, объясняющих мир для выявления проблем и выводов, основанных на доказательствах, применять свои знания и методологию для решения профессиональных задач.</p> <p><i>Компьютерная подготовка</i></p> <p>способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии, владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> <p><i>Учебная подготовка</i></p> <p>обладает базовыми знаниями, способствующими формированию высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления, способен учиться на протяжении всей жизни в контексте как личной профессиональной, так и социальной жизни, стремление к профессиональному и личностному росту.</p> <p><i>Социальная (межличностная, межкультурная, гражданская) подготовка</i></p> <p>способен взять на себя ответственность, совместно вырабатывать решение и участвовать в его реализации, толерантность к разным этнокультурам и религиям, проявление сопереживания личных интересов с потребностями предприятия и общества, участие в функционировании демократических институтов, готов к взаимодействию с коллегами, к работе в коллективе, способен соблюдать нормы деловой этики, владеть этическими и правовыми нормами поведения, умеет предупреждать и снимать конфликты, умеет находить компромиссы,</p>	

соотносить свое мнение с мнением коллектива
 готов использовать нормативные правовые документы в своей деятельности, основные методы защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, действовать в условиях гражданского общества.

Предпринимательская, экономическая подготовка

обладает основами экономических знаний, имеет научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах и т.д., знает и понимает цели и методы государственного регулирования экономики, способен превращать идеи в действия, планировать и управлять проектами для решения профессиональных задач;

Умеет работать с людьми, обладает знаниями в области взаимодействия с заказчиками, управления персоналом, знает основы правовой системы и законодательства Казахстана, тенденции социального развития общества.

Культурная, а также дополнительные способности - критическое мышление, креативность (творчество), инновационное измерение, активная жизненная позиция

знает традиции и культуру народов Казахстана, является толерантным к традициям, культуре других народов мира, владеет культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения, способностью понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества;

готов правильно использовать представления о физической культуре и методы физического воспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья, обеспечивающих активную профессиональную деятельность; понимает и способен вести активную жизненную позицию.

Специальные компетенции

В рамках обучения по образовательной программе 1	В рамках обучения по образовательной программе 2
<p>-Знать специальную маркетинговую терминологию и лексику специальности;</p> <p>- Уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач в коммерческих организациях;</p> <p>- Владеть навыками организации и проведения маркетинговых мероприятий в коммерческих организациях;</p> <p>Быть компетентным:</p> <p>- в составлении и реализации маркетинговых планов и программ в коммерческих организациях;</p> <p>- в анализе и интерпретации маркетинговых данных о социально-экономических процессах и явлениях,</p> <p>- в выявлении тенденций изменения социально-экономических показателей деятельности коммерческих организаций.</p>	<p>-Знать специальную маркетинговую терминологию и лексику специальности;</p> <p>- Уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач в организациях АПК;</p> <p>- Владеть навыками организации и проведения маркетинговых мероприятий в организациях АПК;</p> <p>Быть компетентным:</p> <p>- в составлении и реализации маркетинговых планов и программ в организациях АПК;</p> <p>- в анализе и интерпретации маркетинговых данных о социально-экономических процессах и явлениях,</p> <p>- в выявлении тенденций изменения социально-экономических показателей деятельности сельскохозяйственных организаций.</p>

Результаты обучения

По окончании образовательной программы выпускники могут:

- 1) демонстрировать знания и понимание в области маркетинга, включая элементы наиболее передовых знаний в этой области;
- 2) применять знания и понимание в области маркетинговой деятельности на профессиональном уровне;
- 3) формулировать аргументы и решать проблемы в области маркетинга;
- 4) осуществлять сбор и интерпретацию информации в области маркетинговых исследований для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений;
- 5) сообщать информацию, идеи, проблемы и решения в области маркетинговых коммуникаций, как специалистам, так и неспециалистам.

Содержание образовательной программы

Название модуля	Формируемые компетенции	Объем		Семестры	Компоненты модуля					
		kz	ECTS		Код дисциплины	Наименование дисциплины /практики	Цикл	ОК/КВ	Кол-во кредитов	Форма контроля
Общие модули										
Гуманитарные дисциплины	Знает исторические основы и периоды становления независимой казахстанской государственности в контексте всемирного и евразийского исторического процесса. Умеет объективно и всесторонне осмысливать имманентные преимущества, особенности и значение казахстанской модели развития. Владеет навыками анализа при изучении сложных исторических процессов, явлений и исторических личностей. Умеет применять знания об общих законах действительности к анализу новых реалий бытия. Владеет методологией познания и анализа действительности. Знает общие закономерности развития и функционирования природно-социальной, политической действительности, природы и роли религии в обществе. Понимает и осознает установки	11	17	1	SIK 1101	Современная история Казахстана	ООД	ОК	3	Экз (БТ)
				2	Fil 1102	Философия	ООД	ОК	3	Экз (КТ)
				1	RORB 1210	Религиоведение и основы религиозной безопасности	БД	КВ	2	Экз (КТ)
				3	OSP 2108	Основы социологии и политологии	ООД	КВ	3	Экз (КТ)

	толерантного поведения, профилактики религиозного экстремизма и противодействия ему.									
Общие дисциплины	<p>Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.</p> <p>Умеет работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> <p>Способен разрабатывать мероприятия по повышению безопасности жизнедеятельности, по предупреждению истощения и загрязнения природных ресурсов, выполнять требования экологической безопасности на производстве.</p> <p>Обладает основами экономических знаний, имеет научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах и т.п.</p> <p>Умеет использовать в своей работе нормативно-правовые документы.</p> <p>Способен использовать методы социально-гуманитарных наук в различных сферах своей профессиональной деятельности, применять полученные знания к анализу современного общества.</p> <p>Способен анализировать современ-</p>	9	13	2	ИКТ 1105	Информационно-коммуникационные технологии (на англ. языке)	ООД	ОК	3	Экз (КТ)
				1	EUR/ OBZh 1106-07	Экология и устойчивое развитие / Основы безопасности жизнедеятельности	ООД	КВ	2	Экз (КТ)
				1	ОР	Основы права	БД	КВ	2	Экз (КТ)
				2	ОАК 1211	Основы антикоррупционной культуры	БД	КВ	2	Экз (КТ)

	менные социальные процессы и события. Обладает правовой культурой личности, способствующей противодействию коррупции.										
Модули специальности											
Основы экономики	Способность к обобщению данных и их интерпретации для выработки суждения по отдельным вопросам развития общества; при анализе конкретных ситуаций, опираясь на взаимосвязи между экономическими переменными и на экономико-математические модели. Знает принципы и законы функционирования современной экономики, экономические категории, понятийный аппарат на микро и макроуровнях; основные макроэкономические понятия, категории и показатели;	7	11	2	ЕТ 1203	Экономическая теория	БД	ОК	3	Экз (У)	
				3	Мис 2204	Микроэкономика	БД	ОК	2	Экз (КТ)	
				4	Мас 2205	Макроэкономика	БД	ОК	2	Экз (КТ)	

Введение в специальность	<p>Знает основы поведения людей в организациях; сущность и содержание государственного образовательного стандарта специальности 5В051100- «Маркетинг»;</p> <p>Умеет творчески и перспективно мыслить, исследовать, мотивировать использовать научный подход к объяснению причин поступков индивидов в определенных условиях; работать с библиотечным и компьютерным фондом, взаимодействовать с различными подразделениями вуза (деканатами, кафедрами и др.), планировать цели обучения во взаимодействии со своими жизненными целями, составлять профессиональное резюме.</p> <p>Владеет навыками проведения, практических исследований, анализа проблемных ситуаций,.</p> <p>Компетентен в области формирования корпоративной культуры и организационного поведения, эффективных человеческих взаимоотношений;</p>	5	8	1	ОРОК 1212	Организационное поведение и организационная культура	БД	КВ	3	Экз (У)
				2	VSS 1213	Введение в специальность и самоменеджмент	БД	КВ	2	Экз (У)
	<p>Знает природу управленческих процессов, принципы построения и функционирования организации, содержание и способы реализации основных функций</p>	9	15	3	Man 2209	Менеджмент	БД	ОК	2	Экз (КТ)
				4	Mar 2206	Маркетинг	БД	ОК	3	Экз (У)

Управление финансами и маркетингом	<p>управления, методологические основы теории и практики маркетинга, технологии построения планов личностного роста;</p> <p>Способен в в принятии решений, в осуществлении коммуникаций, управлении конфликтами, в определении набора маркетинговых мероприятий для конкретных рыночных условий</p> <p>Способен анализировать происходящие в стране финансовые процессы, давать им объективную оценку, находить пути оптимизации решений в сфере учета; понимать происходящие в финансовой сфере изменения, анализировать во взаимосвязи финансовые явления и процессы на макро- и микроуровне; применять полученные знания для построения эффективной системы расчетов и анализа предприятия,</p> <p>Владеет современными методиками расчета и анализа финансовых показателей, характеризующих экономические процессы и явления, а также современными методами сбора, обработки и анализа финансовых показателей;</p> <p>Компетентен в вопросах госу-</p>			4	BUA 2207	Бухгалтерский учет и аудит	БД	ОК	2	Экз (У)
				3	Fin 2208	Финансы	БД	ОК	3	Экз (У)

	дарственного финансового регулирования экономики, выработки аргументов, обоснования путей решения проблем, возникающих в процессе функционирования предприятия; демонстрировать знания и понимание в области экономики функционирования производственного предприятия.									
Маркетинговая деятельность	Знает методологические основы теории коммуникации, основные категории изучаемого курса; элементы комплекса маркетинговых коммуникаций; общие принципы продвижения-микс; методы разработки бюджета продвижения; особенности маркетинговых коммуникаций в различных сферах деятельности; сущность, специфику международного маркетинга его связь с международным бизнесом; особенности проведения международных маркетинговых исследований; Умеет применять основные понятия, принципы коммуникаций при анализе и решении конкретных экономических ситуаций; Владеет методикой анализа зарубежного рынка и целесообразностью выхода компании на этот	11	18	5	МІ 3301	Маркетинговые исследования	ПД	ОК	3	Экз (У)
				6	Сен 3217	Ценообразование	БД	КВ	2	Экз (У)
				7	МС 4303	Маркетинговые коммуникации	ПД	КВ	3	Экз (У)
				7	ММ 4304	Международный маркетинг	ПД	КВ	3	Экз (У)

	рынок; способами проведения международных маркетинговых исследований.									
Управление маркетингом	Знает сущность, содержание и принципы управления маркетингом, значение функции управления маркетинговой деятельностью на предприятии, обобщенную структуру цикла управления маркетингом; сущность понятия логистики, ее концепцию и принципы; характерные особенности материальных потоков, логистических операций и систем; основные составляющие функциональных областей логистики; рациональные формы транспортно-экспедиционного обслуживания получателей грузов. Способен организовать службу маркетинга на фирме как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех его структур; разрабатывать и экономически обосновывать оперативные и стратегические маркетинговые планы в деятельности фирмы; определять экономический эффект от использования логистики; повышать эффектив-	8	14	6	UM 3302	Управление маркетингом	ПД	ОК	2	Экз (У)
				7	Log 4305	Логистика	ПД	КВ	3	Экз (У)
				7	UK 4310	Управление конкурентоспособностью	ПД	КВ	3	Экз (КТ)

	<p>ность применения логистического подхода в управлении материальными потоками на производстве; проводить логистический анализ; определить оптимальное количество складов в распределительной системе и др.;</p> <p>Владеет навыками разработки и реализации согласованных, взвешенных решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики; контроля маркетинговой деятельности и оценки результативности маркетинговых усилий фирмы; навыками определения оптимальных путей, по которым должны пойти материальные потоки, а также мест, где они будут временно аккумулироваться, и многие другие виды работ.</p> <p>Компетентен в разработке стратегии и тактики управления основными факторами комплекса маркетинга: товаром, ценой, распределением и продвижением; в организации процесса управления маркетингом, ориентированного на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли; в обла-</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	сти определения приоритетных каналов сбыта; в разработке распределительной политики; в системе регулярного управления надлежащим сервисом.									
Модули специальности образовательной программы 1 «Коммерческий маркетинг»										
Организация коммерческой деятельности	Знает организационные формы коммерческих предприятий; структуру и организацию управления коммерческой деятельностью предприятий; организацию коммерческой деятельности по оптовым закупкам и оптовой и розничной продажам; нормативно-правовую базу коммерческого предпринимательства; типы клиентов, их психологию, способы работы с ними сущность и механизм мерчендайзинга, эффективные методы организации и проведения презентации товаров; Умеет осуществлять рационально организацию и технологию торговых процессов в различных звеньях товародвижения; работать с проблемными клиентами в процессе продаж; использовать коммерческий сервис в работе с клиентами, проводить презентации товаров; Владеет аналитическими мето-	9	15	3	ОТКД 2218	Организация и технология коммерческой деятельности	БД	КВ	3	Экз (У)
				3	ТР 2219	Техника продаж	БД	КВ	3	Экз (У)
				4	Тов 2311	Товароведение	ПД	КВ	3	Экз (У)

	дами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях; умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации; навыками урегулирования конфликтных ситуаций с проблемными клиентами, управления и анализа ассортимента; применения методов каталогизации, идентификации, систематизации товаров; способами совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности; способами проведения целенаправленной товарной политики; формирования упаковки товара									
Управление коммерческой деятельностью	Знает сущность, значение коммерческого менеджмента; специфический характер деятельности современного менеджмента; методы, приёмы, подходы управления коммерческим предприятием; задачи и принципы, функции планирования; содержание процесса планирования и его организационные формы; общую концепцию стратегического планирования; сущность, содержание, виды управленческого решения, раз-	8	14	5	КМ 3220	Коммерческий менеджмент	БД	КВ	3	Экз (КТ)
				5	SP 3221	Система планирования	БД	КВ	2	Экз (У)
				5	RUR32 22	Разработка управленческих решений	БД	КВ	3	Экз (У)

	<p>личные алгоритмы разработки управленческих решений, наиболее рациональные организационные формы РУР осуществления в различных условиях, качество и эффективность управленческих решений, современные сетевые технологии; Умеет реализовать свои знания на конкретных объектах торговли и услуг; проводить SWOT- анализ на примере конкретного предприятия; организовывать торгово- технологический процесс; проводить конкурентный анализ; формулировать и выбирать стратегию деятельности; составлять бизнес-план; проводить оценку внутреннего состояния организации; определять конкурентное положение организации и разрабатывать меры по улучшению конкурентных позиций; структурировать цели и определять стратегии достижения поставленных целей; довую смету (бюджет) деятельности организации.</p> <p>Владеет методами получения, обработки и передачи информации с использованием современных технических средств;</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>научно -исследовательской деятельности; установления межличностных отношений и в использовании различных приемов мотивации; контроля за деятельностью торговой организации; навыками бизнес - планирования, разработкой стратегии планирования навыками проведения количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; разработки стратегии организации, прогнозировать изменения в организации.</p> <p>Компетентен в управлении организациями, подразделениями, проектами и сетями; в использовании современных методов управления для решения стратегических задач; в подготовке аналитических материалов о социально-экономических процессах и явлениях, выявлении тенденций изменения социально-экономических показателей деятельности торговых организаций; в области планирования деятельности организации в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе, в технологиях разработки и принятия управленческих решений</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Маркетинг в коммерческой деятельности	Знает определение прямого маркетинга, виды прямого маркетинга, рыночные ситуации, в которых следует использовать прямой маркетинг; основные этапы стратегического управления, связь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга, базовые стратегии, стратегии роста, стратегии конкуренции, стратегии международного развития, операционные стратегии маркетинга, принципы разработки и реализации стратегий маркетинга; цели и содержание маркетингового анализа; анализ покупателей, товаров и товарной политики, ассортиментной, ценовой сбытовой политики, маркетинговых коммуникаций; организации маркетинга на предприятии. Умеет планировать комплекс прямого маркетинга для продвижения продукции фирмы; обосновывать выбранную стратегию; проводить анализ покупательских предпочтений; проводить анализ и оценку конкурентной среды. Владеет навыками эффективного использования прямого мар-	12	20	6	PM 3306	Прямой маркетинг	ПД	КВ	3	Экз (У)
				6	KM 3307	Коммерческий маркетинг	ПД	КВ	4	Экз (У)
				7	SM 4308	Стратегический маркетинг	ПД	КВ	2	Экз (У)
				7	MA 4309	Маркетинговый анализ	ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>кетинга, научными методами принятия решения при выборе стратегии из нескольких альтернатив.</p> <p>Компетентен в развитии долгосрочных отношений с покупателем; в стимулировании акта покупки и создание предпосылок повторных покупок; в определении стратегических и оперативных целей в их взаимосвязи; в постановке целей анализа маркетинговой среды.</p>									
Модули специальности образовательной программы 2 «Агропромышленный маркетинг»										
Экономические основы агробизнеса	<p>Знает содержание основных агроэкономических процессов и явлений; основные закономерности, принципы и формы осуществления предпринимательской деятельности в АПК; методы и приемы анализа экономической деятельности предприятий и выявления резервов роста производства и повышения его эффективности, понятие инновационной деятельности и механизма управления инновациями взаимосвязь всех понятий;</p> <p>Умеет грамотно объяснять экономические процессы и явления; осуществлять экономические расчеты; на основании</p>	9	15	3	ЕОА 2218	Экономические основы агробизнеса	БД	КВ	3	Экз (У)
				3	АЕ 2219	Аграрная экономика	БД	КВ	3	Экз (У)
				4	ИМ 2311	Инновационный менеджмент	ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>полученных расчетов делать анализ, формировать выводы и обобщения; делать прогноз на будущее по изменению хозяйственной ситуации; оценивать особенности инноваций как продукта, четко ограниченного рамками времени, и эффективность внедрения тех или иных видов инноваций, принимать решения на основе оценки эффективности инновационных проектов, использовать полученные знания и умения в практической деятельности; Владеет навыками выявления резервов увеличения производства сельскохозяйственной и конечной продукции АПК, повышения качества продукции, работ и услуг, улучшения использования производственного потенциала и капитальных вложений, снижения издержек производства, роста производительности труда и рентабельности; навыками отбора проектов для инвестирования; понимание принципов оценки стоимости инновационного проекта, использования возможностей поддержки инновационных проектов в рамках государственно-</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>частного партнерства. Компетентен при выборе лучших способов решения хозяйственных задач, стоящих перед аграрным предприятием и нахождении оптимального выхода в решении профессиональных проблем как исполнительского, так и управленческого характера; в области анализа бизнеса и нахождении новых технологических возможностей для его развития.</p>									
Управление сельскохозяйственной деятельностью	<p>Знает научные и практические принципы, методы и формы эффективного управления сельскохозяйственным производством в современных условиях; методологию и логику стратегического планирования, о возможностях использования современных информационных технологий для различных отраслей экономики; новейшие технологии в области маркетинга. Умеет разрабатывать, принимать и реализовывать рациональные управленческие решения, осуществлять организацию производства, труда и управления, проводить стратегический и конкурентный</p>	8	14	5	АМ 3220	Агропромышленный менеджмент	БД	КВ	3	Экз (КТ)
				5	SP 3221	Стратегическое планирование	БД	КВ	2	Экз (У)
				5	ISMM 3222	Информационные системы и моделирование в маркетинге	БД	КВ	3	Экз (У)

	<p>анализ; осуществлять бизнес-планирование и реинжиниринг бизнеса; использовать 1С:Бухгалтерия.8х; заполнять и отправлять формы налоговой отчетности в СОНО; разрабатывать финансовый анализ в Project Expert.</p> <p>Владеет навыками разработки производственных планов и их реализации; нормирования труда работников предприятия; разработки мероприятий по совершенствованию организации сельскохозяйственного производства., пошаговой технологией процесса планирования, коммуникативными и организационными навыками, интерактивными методами разработки стратегий; навыками структурирования и оформления документов стратегического плана. навыками настройки программ для финансового анализа; тестирования и анализа приложений.</p> <p>Компетентен в части практического применения знаний менеджмента в аграрной сфере для решения тактических и стратегических задач организаций АПК в условиях рынка, в</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	разработке стратегического плана организации и в управлении его реализацией, в области практического использования информационных систем в экономике.									
Менеджмент и маркетинг в сельском хозяйстве	Знает методологические основы стратегического менеджмента, особенности инструментария стратегического менеджмента; сущность и содержание агропромышленного маркетинга, его роль и цели в управлении АПК; методы размещения рекламного продукта в инновационных направлениях рекламного продвижения; площадки и инструментарий для инновационного продвижения рекламного продукта, динамические варианты рекламного размещения в инновационных моделях продвижения; сущность управленческого анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; методику проведения анализа использования производственных ресурсов и результатов производства. уметь: проводить анализ рынка аграрной продукции (услуг) и позиционирования товара на владеет навыками проведения	12	20	6	SM 3306	Стратегический менеджмент	ПД	КВ	3	Экз (У)
				6	AM 3307	Агропромышленный маркетинг	ПД	КВ	4	Экз (У)
				7	IM 4308	Интернет-маркетинг	ПД	КВ	2	Экз (У)
				7	UA 4309	Управленческий анализ	ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; разработки стратегии организации, прогнозировать изменения в организации.</p> <p>навыками выбора набора маркетинговых мероприятий для конкретных рыночных условий; сбора проблемно-ориентированной информации и интерпретации этих данных с целью принятия управленческих решений. навыками работы с маркетинговыми базами данных в Интернете и научиться эффективно использовать полученную информацию; в формировании самостоятельного мышления студентов при выборе методов продвижения компании в Интернете организации.</p> <p>компетентен в оценке состояния и динамики развития отрасли, в которой действует организация; в определении стратегических и оперативных целей в их взаимосвязи; в выявлении сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз, исходящих от внешней среды в части практического</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	применения знаний маркетинга в аграрной сфере для решения тактических и стратегических интернет-маркетинга и применять их в реальной среде обосновывать свои решения перед руководством путем презентации и составления отчетов и маркетинговых планов; в части практического применения знаний управленческого анализа в рамках выбранной специальности, обладать не только знаниями об управлении деятельностью, но и уметь решать тактические и стратегические задачи в этой области									
Дополнительные модули										
Казахский (русский) язык	Способен выражать и понимать понятия, мысли, чувства, факты и мнения в письменной и устной формах (слушание, говорение, чтение и письмо), а также взаимодействовать лингвистически соответствующим образом во время учебы, на работе, дома и на отдыхе.	6	9	1 2	К(R)Ya 1104 (1,2)	Казахский /русский язык Казахский /русский язык	ООД	ОК	3 3	Экз (У) Экз (У)
Иностранный язык	Владеет основными навыками коммуникации на иностранном языке: способен понимать, выражать и толковать понятия, мысли, факты и мнения как в устной, так и в письменной	8	12	1 2 3	ГҮА 1103 (1, 2) ГҮА 2214	Иностранный язык Иностранный язык Иностранный язык	ООД БД	ОК КВ	3 3 2	Экз (У) Экз (У) Экз (У)

	форме.									
Профессиональная языковая коммуникация	Способен пользоваться государственным и иностранным языком в профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными коллегами, для самообразовательных и других целей.	8	12	5	РKYа 3201	Профессиональный казахский язык	БД	ОК	2	Экз (У)
				6	POIYa 3202	Профессионально-ориентированный иностранный язык	БД	ОК	2	Экз (У)
				4	DKYa2 215	Делопроизводство на казахском языке	БД	KB	2	Экз (У)
				7	IYaSC 4216	Иностранный язык для специальных целей	БД	KB	2	Экз (У)
Физическая культура	Способен правильно использовать представления о физической культуре и методы физического воспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья, обеспечивающих активную профессиональную деятельность.	8	8	1	FK 1401(1)	Физическая культура	ДВО	ОК	2	Д.з.
				2	FK 1401(2)	Физическая культура			2	Д.з.
				3	FK 2401(3)	Физическая культура			2	Д.з.
				4	FK 2401(4)	Физическая культура			2	Д.з.
Профессиональная практика	Приобретение студентами навыков и умений в исполнении должностных обязанностей сотрудника отдела по специальности, в соответствии с программой обучения в университете; закрепление и углубление полученных в период обучения теоретических знаний по дисциплинам маркетингового цикла; подбор и обобщение информации о состоянии внутренней и внешней среды организации посредством примене-	10	17	2		Учебная практика	ДВО	ОК	2	Отчет
				4		Языковая практика			2	Отчет
				5		Производственная практика			2	Отчет
				7		Производственная практика			2	Отчет
				8		Производственная практика			2	Отчет

	нии различных методов маркетингового анализа; определение степени влияния факторов внешней среды на деятельность организации; проведение анализа процессов управления маркетинговой деятельностью; изучение, анализ и обобщение результатов деятельности организации.										
Итоговая аттестация	Демонстрирует знания и понимание в области маркетинга. Умеет обобщать и анализировать полученные экспериментальные данные, презентовать их, сообщать аудитории. Умеет работать с профессиональной литературой.	3	11	8		Государственный экзамен по специальности Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача государственных экзаменов по двум профилирующим дисциплинам	ИА	ОК	1 2	ГЭ (БТ) Защита выпускной работы	

Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы

Курс обучения	Семестр	Количество осваиваемых модулей	Количество изучаемых дисциплин		Количество кредитов КЗ							Всего в часах	ECTS	Количество		
			ОК	КВ	Теорет. обучение	Учебная практика	Произв. практика	Языковая практ.	Физ. культура	Итоговая аттестация	Всего			Экз.	диф. зачет	
1	1	3	3	4	18					2		20	870	30	7	1
	2	3	5	2	19	2				2		23	945	30	7	2

2	3	2	3	4	17				2		19	825	30	7	1
	4	3	3	4	18			2	2		22	900	30	7	2
3	5	3	2	5	19		2				21	1005	30	7	1
	6	3	2	5	19						19	855	30	7	
4	7	1		7	19		2				21	1005	30	7	1
	8	1					2			3	5	465	30	1	1
Итого		19	18	31	129	2	6	2	8	3	150	6870	240	49	9

