

Министерство образования и науки Республики Казахстан

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



Е.Васильчук
2016 г.

Модульные образовательные программы специальности 5В051100-Маркетинг

Названия образовательных программ:

Коммерческий маркетинг

Агропромышленный маркетинг

Уровень: бакалавриат

Костанай, 2016

Составители:

Калкабаева А.Е. – ст. преподаватель

Рассмотрен на заседании кафедры управления и делового администрирования,
протокол от 25.05. 2016 г. протокол №5

Рассмотрен на заседании методического совета факультета 25.05.2016 г.
протокол № 5

Разработаны на основании следующих документов:

- ГОС ВО, утвержденный постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 августа 2012 года № 1080 (с изменениями и дополнениями от 13 мая 2016 года № 292);
- Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 года Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений;
- Отраслевая рамка квалификаций (название, кем и когда утверждена).

© Костанайский государственный
университет имени А.Байтурсынова

Паспорт образовательных программ

Образовательная программа 1 «Коммерческий маркетинг»	Образовательная программа 2 «Агропромышленный маркетинг»
Цель образовательной программы	
овладеть научными, теорическими и практическими основами организации системы продаж в организациях, целью которых является извлечение прибыли.	Сформировать у студентов умения и навыки осуществления маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий
Сфера 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; 	
- коммерческие организации.	- организации сферы АПК.
Предметы профессиональной деятельности	
Предметами 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 маркетинговых задач в коммерческих организациях;	-методы и инструменты анализа и интерпретации маркетинговых данных о социально-экономических процессах и явлениях, выявлении тенденций изменения социально- экономических показателей деятельности организаций сферы АПК;
-особенности организации и проведения маркетинговых мероприятий в коммерческих организациях;	-специфика осуществления мероприятий комплекса агромаркетинга;
-маркетинговые планы и программы в коммерческих организациях.	-стратегия и тактика агромаркетинга.

Виды профессиональной деятельности

Видами профессиональной деятельности могут быть:

- организационно-управленческая;
- производственно-технологическая;
- сервисно-эксплуатационная;
- расчетно-проектная;
- экспериментально-исследовательская;
- образовательная (педагогическая);

- рекламный бизнес;

- консалтинг;

- внешнеторговые операции.

- логистический бизнес;

- агроаналитик;

- внешнеторговые операции

Академическая степень

бакалавр экономики и бизнеса по специальности 5В051100-Маркетинг

Ключевые компетенции

В области родного языка

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.

В области иностранных языков

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.

Фундаментальная математическая, естественнонаучная и техническая подготовка

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;

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.

Компьютерная подготовка

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.

Учебная подготовка

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.

Социальная (межличностная, межкультурная, гражданская) подготовка

способен взять на себя ответственность, совместно выработать решение и участвовать в его реализации, толерантность к разным этнокультурам и религиям, проявление сопряженности 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, 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.

<p>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.</p> <p>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.</p>	
<p>Специальные компетенции</p>	
<p>В рамках обучения по образовательной программе 1</p>	<p>В рамках обучения по образовательной программе 2</p>
<ul style="list-style-type: none"> • знать – содержание, цели и особенности коммерческого маркетинга; – направления, методы и правила маркетинговых исследований в сфере коммерческой деятельности; – особенности разработки и координации комплекса маркетинга коммерческой организации или определенного товара в составе: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики; – общие принципы маркетингового планирования, организации и контроля маркетинга; 	<ul style="list-style-type: none"> • знать – содержание, цели и особенности агропромышленного маркетинга; – направления, методы и правила маркетинговых исследований в сфере АПК; – особенности разработки и координации комплекса агромаркетинга или определенного товара в составе: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики; – общие принципы маркетингового планирования, организации и контроля агропромышленного маркетинга;

<ul style="list-style-type: none"> • уметь – применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений в коммерческих организациях; – использовать разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий для ведения и совершенствования коммерческой деятельности; – оценивать возможности проведения различных видов маркетинговых мероприятий; 	<ul style="list-style-type: none"> • уметь – применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений в организациях АПК; – использовать разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий для ведения и совершенствования деятельности на предприятиях АПК; – оценивать возможности проведения различных видов маркетинговых мероприятий;
<ul style="list-style-type: none"> • иметь навыки – самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; – проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций; – составления маркетинговых программ и планов стратегического и тактического характера. 	<ul style="list-style-type: none"> • иметь навыки – самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; – проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций; • составления маркетинговых программ и планов стратегического и тактического характера.

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 совре-</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	15	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)

Менеджмент и маркетинг	Знает природу управленческих процессов, принципы построения и функционирования организации, содержание и способы реализации основных функций управления, методологические основы теории и практики маркетинга, технологии построения планов личностного роста; Способен в в принятии решений, в осуществлении коммуникаций, управлении конфликтами, в определении набора маркетинговых мероприятий для конкретных рыночных условий	5	10	3	Man 2209	Менеджмент	БД	ОК	2	Экз (КТ)
				4	Mar 2206	Маркетинг	БД	ОК	3	Экз (У)
				4	BUA 2207	Бухгалтерский учет и аудит	БД	ОК	2	Экз (У)
				3	Fin 2208	Финансы	БД	ОК	3	Экз (У)
Финансы и учет	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, Владеет современными методиками расчета и анализа финансовых показателей, характеризующих экономические процессы и	4	6	4 3						

	явления, а также современными методами сбора, обработки и анализа финансовых показателей;									
	Компетентен в вопросах государственного 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 рынок; способами проведения международных маркетинговых исследований.	11	18	5	MI 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)
Управление маркетингом	Знает сущность, содержание и принципы управления маркетингом, значение функции управления маркетинговой деятельностью на предприятии, обобщен-	8	13	6	УМ 3302	Управление маркетингом	ПД	ОК	2	Экз (У)
				7	Log	Логистика	ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>ную 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.</p> <p>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 эффективность 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</p>			7	4305 УК 4310	Управление конкурентоспособностью	ПД	КВ	3	Экз (КТ)
--	---	--	--	---	--------------------	-----------------------------------	----	----	---	----------

	<p>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. 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 области определения приоритетных каналов сбыта; в разработке распределительной политики; в системе регулярного управления надлежащим сервисом.</p>									
Модули специальности образовательной программы 1 «Коммерческий маркетинг»										
Организация коммерческой деятельности	Знает организационные формы коммерческих предприятий; структуру и организацию управления коммерческой дея-	9	13	3	ОТКД 2218	Организация и технология коммерческой деятельности	БД	КВ	3	Экз (У)

	<p>тельностью 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;</p> <p>Владеет аналитическими методами 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 ассорти-</p>			3	ТР 2219	Техника продаж	БД	КВ	3	Экз (У)
				4	Тов 2311	Товароведение	ПД	КВ	3	Экз (У)

	мента; 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, различные 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 тор-	8	11	5	<p>КМ 3220</p> <p>SP 3221</p> <p>RUR3222</p>	<p>Коммерческий менеджмент</p> <p>Система планирования</p> <p>Разработка управленческих решений</p>	<p>БД</p> <p>БД</p> <p>БД</p>	<p>КВ</p> <p>КВ</p> <p>КВ</p>	<p>3</p> <p>2</p> <p>3</p>	<p>Экз (КТ)</p> <p>Экз (У)</p> <p>Экз (У)</p>

	<p>говли 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; 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 количествен-</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>ного 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	<p>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 кон-</p>	12	20	6,7	<p>PM 3306</p> <p>KM 3307</p> <p>SM 4308</p> <p>MA 4309</p>	<p>Прямой маркетинг</p> <p>Коммерческий маркетинг</p> <p>Стратегический маркетинг</p> <p>Маркетинговый анализ</p>	<p>ПД</p> <p>ПД</p> <p>ПД</p> <p>ПД</p>	<p>КВ</p> <p>КВ</p> <p>КВ</p> <p>КВ</p>	<p>3</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>3</p>	<p>Экз (У)</p> <p>Экз (У)</p> <p>Экз (У)</p> <p>Экз (У)</p>

	<p>курении, 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.</p> <p>Умеет планировать комплекс прямого маркетинга для продвижения продукции фирмы; обосновывать выбранную стратегию; проводить анализ покупательских предпочтений; проводить анализ и оценку конкурентной среды.</p> <p>Владеет навыками эффективного использования прямого маркетинга, 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</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	оперативных целей в их взаимосвязи; в постановке целей анализа маркетинговой среды.									
Модули специальности образовательной программы 2 «Агропромышленный маркетинг»										
Экономические основы агробизнеса	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; Умеет грамотно объяснять экономические процессы и явления; осуществлять экономические расчеты; на основании 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	8	13	3,4	ЕОА 2218	Экономические основы агробизнеса	БД	КВ	3	Экз (У)
					АЕ 2219	Аграрная экономика	БД	КВ	3	Экз (У)
					ИМ 2311	Инновационный менеджмент	ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>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-частного партнерства.</p> <p>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</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	бизнеса и нахождения новых технологических возможностей для его развития.									
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.</p> <p>Умеет разрабатывать, принимать и реализовывать рациональные управленческие решения, осуществлять организацию производства, труда и управления, проводить стратегический и конкурентный 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</p>	8	11	5	AM 3220	Агропромышленный менеджмент	БД	КВ	3	Экз (КТ)
					SP 3221	Стратегическое планирование	БД	КВ	2	Экз (У)
					ISMM 3222	Информационные системы и моделирование в маркетинге	БД	КВ	3	Экз (У)

	<p>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 разработке стратегического плана организации и в управлении его реализацией, в области практического использования информационных систем в экономике.</p>									
Менеджмент и маркетинг в сельском хозяйстве	Знает методологические основы стратегического менеджмента, особенности инструментария стратегического менеджмента;	12	20	6,7	SM 3306 AM	Стратегический менеджмент Агропромышленный	ПД ПД	КВ КВ	3 4	Экз (У) Экз (У)

	<p>сущность и содержание агро-промышленного 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.</p> <p>уметь: проводить анализ рынка аграрной продукции (услуг) и позиционирования товара на владеет навыками проведения 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-</p>				3307	маркетинг								
					ИМ 4308	Интернет-маркетинг					ПД	КВ	2	Экз (У)
					УА 4309	Управленческий анализ					ПД	КВ	3	Экз (У)

	<p>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 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 зна-</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	ний 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	К(R)Ya 1104 (1,2)	Казахский /русский язык Казахский /русский язык	ООД	ОК	3	Экз (У)
				2					3	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 форме.	8	13	1	IYA 1103 (1, 2)	Иностранный язык Иностранный язык	ООД	ОК	3	Экз (У)
				2					3	Экз (У)
				3					IYA 2214	Иностранный язык
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	PKYa 3201 POIYa 3202 DKYa2 215 IYaSC 4216	Профессиональный казахский язык Профессионально-ориентированный иностранный язык Делопроизводство на казахском языке Иностранный язык для специальных целей	БД	ОК	2	Экз (У)
				6					2	Экз (У)
				4					2	Экз (У)
				7					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 2 3 4	FK 1401(1) FK 1401(2) FK 2401(3) FK 2401(4)	Физическая культура Физическая культура Физическая культура Физическая культура	ДВО	ОК	2 2 2 2	Д.з. Д.з. Д.з. 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 применения 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.	10	16	2 4 5 7 8		Учебная практика Языковая практика Производственная практика Производственная практика Производственная практика	ДВО	ОК	2 2 2 2 2	Отчет Отчет Отчет Отчет Отчет

Итоговая аттестация	Закрепление и углубление полученных в период обучения теоритических знаний по дисциплинам маркетингового цикла; подбор и обобщение информации о состоянии макро и микро среды организации посредством применения различных методов маркетингового анализа; определение степени влияния факторов внешней среды на деятельности организации; проведение анализа процессов управления маркетинговой деятельностью.	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	1,7	4	4	18					2		20		30	8	1
	2	2,1	5	3	19	2				2		23		30	8	2
2	3	2,0	3	4	17					2		19		30	7	1

	4	2,4	3	4	18			2	2		22		30	7	2
3	5	2,0	2	5	19		2				21		30	7	1
	6	1,6	2	5	19						19		30	7	
4	7	1,6		7	19		2				21		30	7	1
	8	0,66					2			3	5		30		1
Итого		14,00	46	83	129	2	6	2	8	3	150		240	51	9

