

Министерство образования и науки Республики Казахстан

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



## Модульные образовательные программы специальности 5В051100-Маркетинг

Названия образовательных программ:

Коммерческий маркетинг

Агропромышленный маркетинг

Уровень: бакалавриат

бакалавриат/магистратура/докторантура

Костанай, 2017

Составители:

Калкабаева А.Е. – ст.преподаватель

Рассмотрен на заседании кафедры Управления организации, протокол от 18.05 2017 г. № 5

Рассмотрен на заседании методического совета факультета Экономики и права, протокол от 12.06 2017 г. № 6

Согласовано:

Менеджер по управлению  
Персоналом ТОО «Стомед»



Т.П.Осипова

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<br>«Коммерческий маркетинг»   | Образовательная программа 2<br>«Агропромышленный маркетинг»   |
|---|---|
| <b>Цель образовательной программы</b>   |   |
| овладеть научными, теоретическими и практическими основами организации системы продаж в организациях, целью которых является извлечение прибыли.  | сформировать у студентов умения и навыки осуществления маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий  |
| <b>Сфера профессиональной деятельности</b>  |   |
| <p><b>Выпускник может осуществлять свою профессиональную деятельность в сфере:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучения маркетинговых возможностей и среды хозяйствующих субъектов;</li> <li>- проведения маркетинговых исследований;</li> <li>- отбора целевого сегмента, прогнозирования спроса потребителей и позиционирования товаров для выбранного сегмента;</li> <li>- разработки политики в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями;</li> <li>- разработки стратегических и текущих планов маркетинга и контроля их выполнения.</li> </ul>  |   |
| - разработки и реализации маркетинговых мероприятий при осуществлении деятельности коммерческих организаций.  | -разработки и реализации маркетинговых мероприятий при осуществлении деятельности организаций сферы АПК.  |
| <b>Объекты профессиональной деятельности</b>  |   |
| <p>Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рынки (товарные, фондовые, информационные, капитала, труда ит.д.);</li> <li>- государственные учреждения;</li> <li>- предприятия услуг ( гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионное бюро);</li> <li>- производственные и посреднические предприятия;</li> <li>- международные торговые палаты;</li> <li>- торговые дома;</li> <li>- транспорт и коммуникации;</li> <li>- складское хозяйство;</li> <li>- политические образования;</li> <li>-общественные организации;</li> </ul> |   |
| - коммерческие организации.   | - организации сферы АПК.  |
| <b>Предметы профессиональной деятельности</b>   |   |
| <p>Предметами профессиональной деятельности выпускника являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые исследования по различным направлениям (исследование рынка, товаров/услуг, потребителей, посредников, конкурентов, маркетинговой среды и элементов комплекса маркетинга);</li> <li>- разработка и реализация управленческих решений хозяйствующими субъектами в области сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования (перепозиционирования) товаров/ услуг хозяйствующих, разработки корпоративных и инструментальных стратегий;</li> </ul>  |   |
| -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 вырабатывать 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><b>Предпринимательская, экономическая подготовка</b><br/> 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;<br/> 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><b>Культурная, а также дополнительные способности - критическое мышление, креативность (творчество), инновационное измерение, активная жизненная позиция</b><br/> 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;<br/> 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><b>Специальные компетенции</b></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"> <li>• <b>знать</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание, цели и особенности коммерческого маркетинга;</li> <li>- направления, методы и правила маркетинговых исследований в сфере коммерческой деятельности;</li> <li>- особенности разработки и координации комплекса маркетинга коммерческой организации или определенного товара в составе: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики;</li> <li>- общие принципы маркетингового планирования, организации и контроля маркетинга;</li> </ul> </li> <li>• <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений в коммерческих организациях;</li> <li>- использовать разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий для ведения и совершенствования коммерческой деятельности;</li> <li>- оценивать возможности проведения различных видов маркетинговых мероприятий;</li> </ul> </li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>знать</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание, цели и особенности агропромышленного маркетинга;</li> <li>- направления, методы и правила маркетинговых исследований в сфере АПК;</li> <li>- особенности разработки и координации комплекса агромаркетинга или определенного товара в составе: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики;</li> <li>- общие принципы маркетингового планирования, организации и контроля агропромышленного маркетинга;</li> </ul> </li> <li>• <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений в организациях АПК;</li> <li>- использовать разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий для ведения и совершенствования деятельности на предприятиях АПК;</li> <li>- оценивать возможности проведения различных видов маркетинговых мероприятий;</li> </ul> </li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>иметь навыки</b></li> <li>- самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов;</li> <li>- проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций;</li> <li>- составления маркетинговых программ и планов стратегического и тактического характера.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>иметь навыки</b></li> <li>- самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов;</li> <li>- проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций;</li> <li>- составления маркетинговых программ и планов стратегического и тактического характера.</li> </ul> |
|---|---|

## **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 |
| <b>Общие модули</b>     |   |       |      |          |                   |  |      |       |                 |                |
| 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 обще- | 11    | 17   | 1        | SIK 1101          | Современная история Казахстана                   | ООД  | ОК    | 3               | Экз (БТ)       |
|                         |   |       |      | 3        | Fil 1102          | Философия  | ООД  | ОК    | 3               | Экз (КТ)       |
|                         |   |       |      | 1        | RORB 1208         | Религиоведение и основы религиозной безопасности | БД   | КВ    | 2               | Экз (КТ)       |
|                         |   |       |      | 2        | 1108              | Основы социологии и политологии                  | ООД  | КВ    | 3               | Экз (КТ)       |

|                  |  |   |    |   |                                   |  |     |    |   |          |
|------------------|--|---|----|---|-----------------------------------|--|-----|----|---|----------|
|                  | стве.<br>Понимает и осознает установки толерантного поведения, профилактики религиозного экстремизма и противодействия ему.  |   |    |   |                                   |  |     |    |   |          |
| Общие дисциплины | Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.<br>Умеет работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.<br>Способен разрабатывать мероприятия по повышению безопасности жизнедеятельности, по предупреждению истощения и загрязнения природных ресурсов, выполнять требования экологической безопасности на производстве.<br>Обладает основами экономических знаний, имеет научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах и т.п.<br>Умеет использовать в своей работе нормативно-правовые документы.<br>Способен использовать методы социально-гуманитарных наук в различных сферах своей профессиональной деятельности, | 9 | 13 | 2 | ИКТ<br>1105                       | Информационно-коммуникационные технологии (на англ. языке)             | ООД | ОК | 3 | Экз (КТ) |
|                  |  |   |    | 1 | EUR/<br>OBZh/<br>OP/OE<br>1106-07 | Экология и устойчивое развитие / Основы безопасности жизнедеятельности | ООД | КВ | 2 | Экз (КТ) |
|                  |  |   |    | 1 | OSP<br>OAK                        | Основы права / Основы экономики  | БД  | КВ | 2 | Экз (КТ) |
|                  |  |   |    | 2 | 1212                              | Основы антикоррупционной культуры                                      |     | КВ | 2 |          |

|                             |   |    |    |   |             |   |    |    |   |          |
|-----------------------------|---|----|----|---|-------------|---|----|----|---|----------|
|                             | <p>применять полученные знания к анализу современного общества.</p> <p>Способен анализировать современные социальные процессы и события.</p> <p>Обладает правовой культурой личности, способствующей противодействию коррупции.</p>   |    |    |   |             |   |    |    |   |          |
| <b>Модули специальности</b> |   |    |    |   |             |   |    |    |   |          |
| Основы экономики            | <p>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.</p> <p>Знает принципы и законы функционирования современной экономики, экономические категории, понятийный аппарат на микро и макроуровнях; основные макроэкономические понятия, категории и показатели;</p> | 12 | 21 | 2 | ET<br>1203  | Экономическая теория                      | БД | ОК | 3 | Экз (У)  |
|                             |   |    |    | 3 | Мис<br>2204 | Микроэкономика                            | БД | ОК | 2 | Экз (У)  |
|                             |   |    |    | 4 | Мас<br>2205 | Макроэкономика                            | БД | ОК | 2 | Экз (У)  |
|                             |   |    |    | 2 | VSS<br>1215 | Введение в специальность и самоменеджмент | БД | КВ | 1 | Экз (У)  |
|                             |   |    |    | 3 | GRE<br>3216 | Государственное регулирование экономики   | БД | КВ | 3 | Экз (КТ) |
| Менеджмент и маркетинг      | <p>Знает природу управленческих процессов, принципы построения и функционирования организации, содержание и способы</p>   | 8  | 13 | 4 | Man<br>2209 | Менеджмент                                | БД | ОК | 2 | Экз (КТ) |
|                             |   |    |    | 4 | Mar<br>2206 | Маркетинг                                 | БД | ОК | 3 | Экз (У)  |

|                      |   |   |   |   |             |   |    |    |   |          |
|----------------------|---|---|---|---|-------------|---|----|----|---|----------|
|                      | реализации основных функций управления, методологические основы теории и практики маркетинга, технологии построения планов личностного роста;<br>Способен в в принятии решений, в осуществлении коммуникаций, управлении конфликтами, в определении набора маркетинговых мероприятий для конкретных рыночных условий  |   |   |   | PKL<br>3217 | Психология конкурентоспособной личности | БД | КВ | 3 | Экз (У)  |
| Финансы и статистика | Способен анализировать происходящие в стране финансовые процессы, давать им объективную оценку, находить пути оптимизации решений в сфере управления финансами; 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,<br>Владеет современными методиками расчета и анализа финансовых показателей, характеризующих экономические процессы и явления, а также со- | 4 | 6 | 4 | EE<br>2207  | Бухгалтерский учет и аудит              | БД | ОК | 2 | Экз (У)  |
|                      |   |   |   | 3 | Fin<br>2208 | Финансы                                 | БД | ОК | 2 | Экз (КТ) |

|                            |  |    |    |       |   |  |              |              |                              |  |
|----------------------------|--|----|----|-------|---|--|--------------|--------------|------------------------------|--|
|                            | временными методами сбора, обработки и анализа финансовых показателей;<br>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;<br>Умеет применять основные понятия, принципы коммуникаций при анализе и решении | 12 | 20 | 5,6,7 | МІ<br>3301<br><br>Сен<br>3218<br><br>МС<br>4303<br><br>ММ<br>4304 | Маркетинговые исследования<br><br>Ценообразование<br><br>Маркетинговые коммуникации<br><br>Международный маркетинг | ПД<br><br>БД | ОК<br><br>КВ | 3<br><br>3<br><br>3<br><br>3 | Экз (У)<br><br>Экз (У)<br><br>Экз (У)<br><br>Экз (У) |

|                        |  |   |   |     |                                |  |                    |                     |                   |                               |
|------------------------|--|---|---|-----|--------------------------------|--|--------------------|---------------------|-------------------|-------------------------------|
|                        | <p>конкретных экономических ситуаций;</p> <p>Владеет методикой анализа зарубежного рынка и целесообразностью выхода компании на этот рынок; способами проведения международных маркетинговых исследований.</p>   |   |   |     |                                |  |                    |                     |                   |                               |
| Управление маркетингом | <p>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.</p> <p>Способен организовать службу маркетинга на фирме как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех его структур; разрабатывать и экономически обосновывать оперативные и стратегиче-</p> | 5 | 8 | 6,7 | <p>UM 3302</p> <p>Log 4305</p> | <p>Управление маркетингом</p> <p>Логистика</p> | <p>ПД</p> <p>Д</p> | <p>ОК</p> <p>КВ</p> | <p>2</p> <p>3</p> | <p>Экз (У)</p> <p>Экз (У)</p> |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>ские 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 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</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|  |  |   |    |       |              |  |    |    |   |         |
|--|--|---|----|-------|--------------|--|----|----|---|---------|
|  | 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.  |   |    |       |              |  |    |    |   |         |
| <b>Модули специальности образовательной программы 1 «Коммерческий маркетинг»</b> |  |   |    |       |              |  |    |    |   |         |
| 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 | 8 | 13 | 3,4,5 | ОТКД<br>2219 | Организация и технология коммерческой деятельности | БД | КВ | 3 | Экз (У) |
|  |  |   |    |       | ТР<br>2220   | Техника продаж                                     | БД | КВ | 2 | Экз (У) |
|  |  |   |    |       | Тов<br>2221  | Товароведение                                      | БД | КВ | 3 | Экз (У) |

|                                       |  |   |    |        |                           |   |              |              |            |                         |
|---------------------------------------|--|---|----|--------|---------------------------|---|--------------|--------------|------------|-------------------------|
|                                       | <p>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 ассортимента; применения методов каталогизации, идентификации, систематизации товаров; способами совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности; способами проведения целенаправленной товарной политики; формирования упаковки товара</p> |   |    |        |                           |   |              |              |            |                         |
| Управление коммерческой деятельностью | Знает сущность, значение коммерческого менеджмента; специфический характер деятельности современного менеджмента; методы, приёмы, подходы управления коммерческим  | 8 | 12 | 5<br>5 | КМ<br>3222<br><br>SP 3223 | Коммерческий менеджмент<br><br>Система планирования | БД<br><br>БД | КВ<br><br>КВ | 3<br><br>2 | Экз (КТ)<br><br>Экз (У) |

|  |  |  |   |             |                                   |    |    |   |         |
|--|--|--|---|-------------|-----------------------------------|----|----|---|---------|
|  | <p>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 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</p> |  | 6 | RUR32<br>24 | Разработка управленческих решений | БД | КВ | 3 | Экз (У) |
|--|--|--|---|-------------|-----------------------------------|----|----|---|---------|

|  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>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 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 социаль-</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|                                       |   |    |    |     |            |                          |    |    |   |         |
|---------------------------------------|---|----|----|-----|------------|--------------------------|----|----|---|---------|
|                                       | но-экономических показателей деятельности торговых организаций; в области планирования деятельности организации в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе, в технологиях разработки и принятия управленческих решений   |    |    |     |            |                          |    |    |   |         |
| 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; содержание, цели и особенности коммерческого маркетинга; цели и содержание маркетингового анализа; анализ покупателей, товаров и товарной политики, ассортиментной, ценовой сбытовой политики, маркетинговых коммуникаций; организации маркетинга на предприятии. | 12 | 20 | 6,7 | PM<br>3306 | Прямой маркетинг         | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|                                       |   |    |    |     | KM<br>3307 | Коммерческий маркетинг   | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|                                       |   |    |    |     | SM<br>4308 | Стратегический маркетинг | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|                                       |   |    |    |     | MA<br>4309 | Маркетинговый анализ     | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |

|  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>Умеет планировать комплекс прямого маркетинга для продвижения продукции фирмы; обосновывать выбранную стратегию; применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений в коммерческих организациях., 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, навыками самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций</p> <p>Компетентен в развитии долговременных отношений с покупателем; в стимулировании акта покупки и создание пред-</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|  |  |   |    |   |             |                                  |    |    |   |         |
|--|--|---|----|---|-------------|----------------------------------|----|----|---|---------|
|  | посылок повторных покупок; в определении стратегических и оперативных целей в их взаимосвязи; в осуществлении сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач в коммерческих организациях; в постановке целей анализа маркетинговой среды.   |   |    |   |             |                                  |    |    |   |         |
| <b>Модули специальности образовательной программы 2 «Агропромышленный маркетинг»</b> |  |   |    |   |             |                                  |    |    |   |         |
| 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;<br>Умеет грамотно объяснять экономические процессы и явления; осуществлять экономические расчеты; на основании полученных расчетов делать анализ, формировать выводы и обобщения; делать прогноз на | 8 | 13 | 3 | ЕОА<br>2219 | Экономические основы агробизнеса | БД | КВ | 3 | Экз (У) |
|  |  |   |    | 4 | АЕ<br>2220  | Аграрная экономика               | БД | КВ | 2 | Экз (У) |
|  |  |   |    | 5 | ИМ<br>3221  | Инновационный менеджмент         | БД | КВ | 3 | Экз (У) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>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-частного партнерства.<br/>Компетентен при выборе лучших способов решения хозяй-</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|   |  |   |    |   |           |   |    |    |   |          |
|---|--|---|----|---|-----------|---|----|----|---|----------|
|   | ственных 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.   |   |    |   |           |   |    |    |   |          |
| Управление сельскохозяйственной деятельностью | 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.<br>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 | 8 | 12 | 5 | AM 3222   | Агропромышленный менеджмент                         | БД | КВ | 3 | Экз (КТ) |
|   |  |   |    | 5 | SP 3223   | Стратегическое планирование                         | БД | КВ | 2 | Экз (У)  |
|   |  |   |    | 6 | ISMM 3224 | Информационные системы и моделирование в маркетинге | БД | КВ | 3 | Экз (У)  |

|  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>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 разработке стратегического плана организации и в управлении его реализацией, в области</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|   |  |    |    |     |            |                            |    |    |   |         |
|---|--|----|----|-----|------------|----------------------------|----|----|---|---------|
|   | 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.<br><br><b>уметь:</b> проводить анализ рынка аграрной продукции (услуг) и позиционирования товара на владеет навыками проведения количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; раз- | 12 | 20 | 6,7 | SM<br>3306 | Стратегический менеджмент  | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|   |  |    |    |     | AM<br>3307 | Агропромышленный маркетинг | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|   |  |    |    |     | IM<br>4308 | Интернет-маркетинг         | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |
|   |  |    |    |     | UA<br>4309 | Управленческий анализ      | ПД | КВ | 3 | Экз (У) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | <p>работки 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 навыками принятия управленческих решений на основе анализа в функциональных областях деятельности организации: производства, маркетинга, финансов, персонала; выявления и подсчета резервов повышения эффективности деятельности организации; контроля за деятельностью организации.</p> <p>компетентен в оценке состояния и динамики развития отрасли, в которой действует организация; в определении стра-</p> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

|                              |  |   |   |        |                         |  |     |    |        |                    |
|------------------------------|--|---|---|--------|-------------------------|--|-----|----|--------|--------------------|
|                              | тегических 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 задач организаций АПК в условиях рынка; в методах 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 |   |   |        |                         |  |     |    |        |                    |
| <b>Дополнительные модули</b> |  |   |   |        |                         |  |     |    |        |                    |
| 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 обра-   | 6 | 9 | 1<br>2 | К(R)Ya<br>1104<br>(1,2) | Казахский /русский язык<br>Казахский /русский язык | ООД | ОК | 3<br>3 | Экз (У)<br>Экз (У) |

|  |  |    |    |                  |  |  |                          |                          |                  |  |
|--|--|----|----|------------------|--|--|--------------------------|--------------------------|------------------|--|
|  | зом во время учебы, на работе, дома и на отдыхе.   |    |    |                  |  |  |                          |                          |                  |  |
| 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  | 12 | 1<br>2<br>3      | ІҮА<br>1103<br>(1, 2)<br>ІҮА<br>2212                               | Иностранный язык<br>Иностранный язык<br><br>Иностранный язык   | ООД<br><br>БД            | ОК<br><br>КВ             | 3<br>3<br>2      | Экз (У)<br>Экз (У)<br>Экз (У)            |
| 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<br>6<br>4<br>7 | РҚҮа<br>3201<br>РОІҮа<br>3202<br><br>ДҚҮа2<br>213<br>ІҮаSC<br>4214 | Профессиональный казахский язык<br>Профессионально-ориентированный иностранный язык<br>Делопроизводство на казахском языке<br>Иностранный язык для специальных целей | БД<br>БД<br><br>БД<br>БД | ОК<br>ОК<br><br>КВ<br>КВ | 2<br>2<br>2<br>2 | Экз (У)<br>Экз (У)<br>Экз (У)<br>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<br>2<br>3<br>4 | FK<br>1401(1)<br>FK<br>1401(2)<br>FK<br>2401(3)<br>FK<br>2401(4)   | Физическая культура<br>Физическая культура<br>Физическая культура<br>Физическая культура   | ДВО                      | ОК                       | 2<br>2<br>2<br>2 | Д.з.<br>Д.з.<br>Д.з.<br>Д.з.             |
| Профессиональная практика              | Приобретение студентами навыков и умений в исполнении должностных обязанностей сотрудника отдела по специальности, в соответствии с программой обучения в универси-  | 10 | 16 | 2<br>4<br>5<br>7 |  | Учебная практика<br>Языковая практика<br>Производственная практика<br>Производственная практика  | ДВО                      | ОК                       | 2<br>2<br>2<br>2 | Отчет<br>Отчет<br>Отчет<br>Отчет         |

|                     |   |   |    |   |  |   |    |    |        |  |
|---------------------|---|---|----|---|--|---|----|----|--------|--|
|                     | тете; 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. |   |    | 8 |  | Производственная практика   |    |    | 2      | Отчет                                  |
| Итоговая аттестация | закрепление и углубление полученных в период обучения теоретических 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 деятельность организации; проведение анализа процессов управления маркетинговой деятельностью.   | 3 | 11 | 8 |  | Государственный экзамен по специальности<br>Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача государственных экзаменов по двум профилирующим дисциплинам | ИА | ОК | 1<br>2 | ГЭ (БТ)<br><br>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 | ЕCTS | Количество |            |
|---------------|---------|--------------------------------|--------------------------------|----|------------------------|------------------|------------------|-----------------|---------------|---------------------|-------|---------------|------|------------|------------|
|               |         |                                | ОК                             | КВ | Теорет. обучение       | Учебная практика | Произв. практика | Языковая практ. | Физ. культура | Итоговая аттестация | Всего |               |      | экз        | диф. зачет |
| 1             | 1       | 1,7                            | 11                             | 8  | 17                     |                  |                  |                 | 2             |                     | 19    |               | 30   |            |            |
|               | 2       | 2,11                           | 16                             | 5  | 17                     | 2                |                  |                 | 2             |                     | 21    |               | 30   |            |            |
| 2             | 3       | 2,02                           | 9                              | 11 | 18                     |                  |                  |                 | 2             |                     | 20    |               | 30   |            |            |
|               | 4       | 2,4                            | 13                             | 10 | 19                     |                  |                  | 2               | 2             |                     | 23    |               | 30   |            |            |
| 3             | 5       | 2,02                           | 7                              | 14 | 19                     |                  | 2                |                 |               |                     | 21    |               | 30   | 1          |            |
|               | 6       | 1,57                           | 4                              | 15 | 19                     |                  |                  |                 |               |                     | 19    |               | 30   |            |            |
| 4             | 7       | 1,57                           | 2                              | 20 | 20                     |                  | 2                |                 |               |                     | 22    |               | 30   | 1          |            |
|               | 8       | 0,66                           | 2                              |    |                        |                  |                  |                 |               | 3                   | 5     |               | 30   |            |            |
| Итого         |         | 14.05                          | 64                             | 83 | 129                    | 2                | 4                | 2               | 8             | 3                   | 150   |               | 240  | 2          |            |

