

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



**КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН**

**7М04106 - МАРКЕТИНГ**

**Кафедра «Экономические специальности»**

№	НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИН И ИХ ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ	ECTS
	<b>ЦИКЛ БАЗОВЫХ ДИСЦИПЛИН (БД)</b>	
<b>КВ</b>	<b>КОМПОНЕНТ ПО ВЫБОРУ (КВ)</b>	
1.	<b>Коммуникации маркетинга</b>	
	Цель: формирование комплекса знаний в области маркетинговых коммуникаций. Содержание: Организация маркетинговых коммуникаций. Современные подходы к управлению комплексом маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций. Основные тренды в развитии маркетинговых коммуникаций. Формируемые компетенции: обоснование выбора средств маркетинговых коммуникаций.	3
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Ф. Т. Котлер, Г. Армстронг Маркетинг негіздері : [Мәтін] /; ауд.: Б. Абдулхалим, Ж. Бимағамбетова. - 17-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 736 б. 2. Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. Интегрированные маркетинговые коммуникации: уч.пособие.- М.-2016.-171 с. 3. БАҚ-тағы жарнама технологиясы : оқу құралы / М. Б. Шындалиева. - Өнд. 3-ші рет баспаға ұсынылып отыр. - Алматы : CyberSmith, - 2020. - 256 б. 4. Бове К.Л., Тилл Д.В. Қазіргі бизнес - коммуникация. 2019		
2.	<b>Стратегии маркетинга в индустрии сервиса</b>	
	Цель: дать комплексное представление о содержании и направленности маркетинга в сфере услуг. Содержание: Развитие сферы услуг. Комплекс маркетинга услуг. Маркетинговые коммуникации. Клиентская лояльность. Поведение потребителей услуг. Качество услуг. Формируемые компетенции: выбор стратегий повышения лояльности потребителей услуг.	4
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / ред. В. А. Алексунина. - М.: "Дашков и К", 2018. - 716 с. 2. Молдашева Р.Ж. Маркетинг. Учебное пособие. / Молдашева Р.Ж. – Алматы, CyberSmith, 2020. -176 с. 3. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг.-М.-2016 .- 252 с. 4. Басовский Л. Е.Макроэкономика : учебник / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - М. : ИНФРА, 2019. - 202 с.		
3.	<b>Маркетинговые технологии</b>	
	Цель: формирование целостной системы знаний и навыков по использованию маркетинговых технологий. Содержание: Анализ рынка, объекты анализа. Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. Жизненный цикл товаров. Управление ассортиментом. Продвижение продукции. Формируемые компетенции: применение методов анализа информации для принятия эффективных управленческих решений.	3
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Маркетинг: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е.Н.Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2016. - 233 с. 2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / ред. В. А. Алексунина. - М.: "Дашков и К", 2018. - 716 с. 3. БАҚ-тағы жарнама технологиясы : оқу құралы / М. Б. Шындалиева. - Өнд. 3-ші рет баспаға ұсынылып отыр. - Алматы : CyberSmith, 2020. - 256 б.		
4.	<b>Рекламный рынок</b>	
	Цель: освоение теоретических и методологических основ рынка рекламных услуг. Содержание: Структура и участники рекламного рынка. Целевые аудитории рекламных посланий. Новые технологии размещения рекламы. Креативные возможности рекламы. Реклама в Интернете. Формируемые компетенции: анализ факторов развития рекламного рынка.	4

<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Ф. Т. Котлер, Г. Армстронг .Маркетинг негіздері: / ауд.: Б. Абдулхалим, Ж. Бимагамбетова. - 17-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 736 б.</p> <p>2. Выставочная деятельность в туризме: учебно-методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : CyberSmith, 2020. - 140 с..</p> <p>3. Организация и планирование рекламной деятельности в туризме : учебно-методическое пособие / Ю. В. Кузьменко. - Алматы : CyberSmith, 2020. - 200 с.</p>		
5.	<b>Базовый французский (А 1.1)</b>	
	<p>Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне В1.1.</p> <p>Содержание: выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию.</p> <p>Формируемые компетенции: осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейшие образовательные маршруты и профессиональную карьеру.</p>	3
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Navigate. A2 Elementary: teacher's Guide with Teacher's Support and Resource Disc and Photocopiable Materials / Nicola Meldrum. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 264 p.</p> <p>2. Hughes, Jake. Navigate. A2 Elementary: coursebook with video and Oxford Online Skills / Series adviser Catherine Walter. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 175 p.</p> <p>3. Французский язык для юристов [Электронный ресурс] : учебник / ред. С. А. Толстиков. - М. : Проспект, 2015. - 552 с.</p> <p>4. Французский язык [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Матюшин, М. К. Огородов. - М. : ООО Издательство «Нестор Академик», 2015. - 496 с.</p>		
6.	<b>Базовый французский (А 1.2)</b>	
	<p>Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне В1.1.</p> <p>Содержание: выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию.</p> <p>Формируемые компетенции: осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейшие образовательные маршруты и профессиональную карьеру.</p>	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Navigate. A2 Elementary: teacher's Guide with Teacher's Support and Resource Disc and Photocopiable Materials / Nicola Meldrum. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 264 p.</p> <p>2. Hughes, Jake. Navigate. A2 Elementary: coursebook with video and Oxford Online Skills / Series adviser Catherine Walter. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 175 p.</p> <p>3. Французский язык для юристов [Электронный ресурс] : учебник / ред. С. А. Толстиков. - Электрон. текстовые дан. 8,10 МБ. - М. : Проспект, 2015. - 552 с. - ISBN 978-5-392-16348-9 : Б. ц.; Курс устного перевода.</p> <p>4. Французский язык [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Матюшин, М. К. Огородов. - Электрон. текстовые дан. 11,3 МБ. - М. : ООО Издательство «Нестор Академик», 2015. - 496 с. - ISBN 978-5-903262-93-9 : Б. ц.;</p>		
7.	<b>Практический иностранный язык</b>	
	<p>Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности в области международных отношений на уровне В1.1.</p>	3

	Содержание: выразить предположение. Рассказать о своей занятости. Выразить гипотезу. Представить книгу. Рассказать об изменениях. Выразить сожаление. Выразить мнение. Понять аргументацию. Формируемые компетенции: осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейшие образовательные маршруты и профессиональную карьеру.	
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Navigate. A2 Elementary: teacher's Guide with Teacher's Support and Resource Disc and Photocopiable Materials / Nicola Meldrum. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 264 p. 2. Hughes, Jake. Navigate. A2 Elementary: coursebook with video and Oxford Online Skills / Series adviser Catherine Walter. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 175 p. 3. Французский язык для юристов [Электронный ресурс] : учебник / ред. С. А. Толстиков. - Электрон. текстовые дан. 8,10 МБ. - М. : Проспект, 2015. - 552 с. - ISBN 978-5-392-16348-9 : Б. ц.; Курс устного перевода. 4. Французский язык [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Матюшин, М. К. Огородов. - Электрон. текстовые дан. 11,3 МБ. - М. : ООО Издательство «Нестор Академик», 2015. - 496 с. - ISBN 978-5-903262-93-9 : Б. ц.;		
8.	<b>Продвинутый иностранный язык</b>	
	Цель: отработка основных компетенций, необходимых для успешного ведения профессиональной деятельности Содержание: Развернутые доклады по тематике. Новости и репортажи. Статьи и сообщения по современной проблематике, современная художественная проза. Активное участие в дискуссии по знакомой проблеме, объясняя и отстаивая свое мнение. Высказывание по актуальной проблеме. Формируемые компетенции: осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейшие образовательные маршруты и профессиональную карьеру.	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Navigate. A2 Elementary: teacher's Guide with Teacher's Support and Resource Disc and Photocopiable Materials / Nicola Meldrum. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 264 p. 2. Hughes, Jake. Navigate. A2 Elementary: coursebook with video and Oxford Online Skills / Series adviser Catherine Walter. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 175 p. 3. Французский язык для юристов [Электронный ресурс] : учебник / ред. С. А. Толстиков.: Проспект, 2015. - 552 с. - ISBN 978-5-392-16348-9 : Б. ц.; Курс устного перевода. 4. Французский язык [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Матюшин, М. К. Огородов.: ООО Издательство «Нестор Академик», 2015. - 496 с.		
<b>ЦИКЛ ПРОФИЛИРУЮЩИХ ДИСЦИПЛИН (ПД)</b>		
<b>КОМПОНЕНТ ПО ВЫБОРУ (КВ)</b>		
9.	<b>Управление проектами</b>	
	Цель: целостное представление о системе управления проектами Содержание: Области применения проектного управления. Взаимосвязь между управлением проектами и функциональным и стратегическим менеджментом. Управление проектами в условиях неопределенности. Управление отношениями со стейкхолдерами проекта. Формируемые компетенции: принятия управленческих решений в процессе проектного управления.	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / ред. В. А. Алексунина. - М.: "Дашков и К", 2018. - 716 с. 2. Қазіргі бизнес-коммуникация [Электронный ресурс] : оқулық студенттерге арналған / К. Бове, Д. Тилл. - 14-ші басылым. - Электрон. текстовые дан. 66 МБ. - Алматы : «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 736 б. - ( Рухани жаңғыру.«Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық»). - ISBN 978-601-7943-46-2 : Б. ц.; 3. Управление маркетинговыми проектами на предприятии: учебное пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - М.: Инфра-М, 2015. - 174 с. + Доп. материалы.		
10.	<b>Маркетинг инноваций</b>	

	<p>Цель: сформировать системного комплексного представления о инновационном маркетинге.</p> <p>Содержание: Сущность и особенности развития маркетинга инноваций.</p> <p>Комплекс инновационного маркетинга.</p> <p>Инновационные маркетинговые решения по новому продукту. Инновационная концепция дифференциации продукта.</p> <p>Инновационное управление брэндом. Экономическая оценка эффективности маркетинговых инновационных решений</p> <p>Формируемые компетенции: ставить цели и разрабатывать программы маркетинговых нововведений.</p>	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Ф. Т. Котлер, Г. Армстронг Маркетинг негіздері : [Мәтін] ; ауд.: Б. Абдулхалим, Ж. Бимағамбетова. - 17-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 736 б.</p> <p>2. Чаффей Д. Сандық бизнес және электрондық коммерцияны басқару: стратегиясы, қолданысы мен практикасы: оқулық /; ауд. Г. Қ. Бекқожанова. - 6-шы бас. - Алматы : Дәуір, 2017. - 520 б.</p> <p>3. Sharp Byron. Marketing: theory, Evidence, Practice / Byron Sharp. - Oxford: Oxford University Press, 2013. - 609 p.</p>		
11.	<b>Современные технологии промышленного маркетинга</b>	
	<p>Цель: сформировать целостного представления о направлениях промышленного маркетинга.</p> <p>Содержание: Тенденции развития промышленного маркетинга. Управление маркетингом промышленных товаров. Формирование рынков для нового промышленного продукта. Сбытовая политика в промышленном маркетинге Коммуникации в промышленном маркетинге.</p> <p>Формируемые компетенции: выбирать эффективные методы решения маркетинговых задач.</p>	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Сатыбалды С.С. Промышленный маркетинг: Учебное пособие для вузов. 3-е переработанное и обновленное издание. С.С. Сатыбалды – Алматы: Эверо, - 2020. - 372 с.</p> <p>2. Шағын және орта кәсіпкерлік негіздері [Мәтін]: Оқу құралы / С.Ж. Пірәлиев, М.А. Нуриев, Э.О. Телагусова, Д.М. Советканова.- Алматы: Ұлағат, 2014.- 164 б.</p> <p>3. Шиллинг М.А. Технологиялық инновациялардағы стратегиялық менеджмент.– Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019;</p> <p>4. Багиев Г.Л. Международный маркетинг : учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. И. Черенков, Н. К. Моисеева. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2018. - 688 с.</p>		
12.	<b>Маркетинг в малом бизнесе</b>	
	<p>Цель: сформировать комплексное представление о роли и особенностях маркетинга в сфере предпринимательства.</p> <p>Содержание: Основные инструменты маркетинга малых предприятий. Целевой рынок. Эффективный план маркетинга. Ценность бренда. Маркетинг в социальных сетях. Контент-маркетинг.</p> <p>Формируемые компетенции: разработка управленческих решений в области маркетинга.</p>	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
<p>1. Заманауи стратегиялық талдау :оқулық / Р. М. Грант. - Алматы : "Полиграфкомбинат" ЖШС. 2-том / ауд.: А. Әбеннова, А. Рысалдиева, Ұ. Ақберді. 2016. - 316 б.</p> <p>2. Шағын және орта кәсіпкерлік негіздері [Мәтін]: Оқу құралы / С.Ж. Пірәлиев, М.А. Нуриев, Э.О. Телагусова, Д.М. Советканова.- Алматы: Ұлағат, 2014.- 164 б.</p> <p>3. Ч.У. Л. Хилл, Г.Т.М.Халт Халықаралық бизнес: Жаһандық нарықтағы бәсеке: оқулық; ауд.: А. Алманова, Ә. Қалиева. - 12-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 720 б. - (Рухани жаңғыру. Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық).</p>		
13.	<b>Управление торговыми марками</b>	
	<p>Цель: формирование представления о сущность и роли торговых марок.</p> <p>Содержание: Сущность и роль торговых марок. Анализ развития торговых марок. Подходы к оценке торговых марок. Управление повышением ценности торговых марок. Стратегии продвижения торговых марок.</p> <p>Формируемые компетенции: анализировать положение торговой марки на рынке.</p>	5

<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Маркетинг: теория и практика: учеб.пособие для бакалавров /под.общ.ред.С.В.Карповой. - М. - 2013. - 408 с. 2. Қазіргі бизнес-коммуникация [Электронный ресурс] : оқулық студенттерге арналған / К. Бове, Д. Тилл. - 14-ші басылым. - Алматы : «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 736 б. - ( Рухани жаңғыру.«Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық»). - ISBN 978-601-7943-46-2 : Б. ц.; 3. Розенбаум-Эллиот Р., Перван С., Перси Л. Стратегиялық бренд-менеджмент.-Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры. - 2020 - 368 б.		
14.	<b>Поведение потребителей</b>	
	Цель: дать комплексное представление о направлениях изменения поведения потребителей. Содержание: Поведение потребителей и маркетинг. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Культурные вариации в потреблении потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей поведение потребителей: организации и общество. Формируемые компетенции: проведение анализа типов потребительского поведения.	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Молдашева Р.Ж. Маркетинг. Учебное пособие. / Молдашева Р.Ж. – Алматы, CyberSmith, 2020. -176 с. 2. Sharp В. Marketing: theory, Evidence, Practice / Byron Sharp. - Oxford: Oxford University Press, 2013. - 609 p. 3. Ф. Т. Котлер, Г. Армстронг Маркетинг негіздері : [Мәтін]; ауд.: Б. Абдулхалим, Ж. Бимағамбетова. - 17-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 736 б.		
15.	<b>Глобальный маркетинг</b>	
	Цель: дать представление о природе и сфере применения глобального маркетинга, содержании глобальной маркетинговой среде. Содержание: Интернационализация маркетинговой деятельности. Концепция международного маркетинга. Глобальная маркетинговая среда. Развитие инфраструктуры и информационных технологий и их влияние на исследование среды международного маркетинга. Региональная экономическая интеграция. Стратегии проникновения на мировой рынок. Разработка комплекса глобального маркетинга Формируемые компетенции: исследование факторов внешней среды зарубежных рынков, анализ факторов, определяющих возможности выхода предприятий на внешние рынки, принятие решений по выбору стратегий выхода на зарубежные рынки.	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Маркетинг: теория и практика: учеб.пособие для бакалавров /под.общ.ред.С.В.Карповой. - М. - 2013. - 408 с. 2. Багиев Г.Л. Международный маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. И. Черенков, Н. К. Моисеева. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2018. - 688 с. 3. Қылыбаева П. Қ. Аймақтану негіздері : оқу құралы. - Алматы : CyberSmith, 2020. - 220 б.		
16.	<b>Интерактивный маркетинг</b>	
	Цель: формирование комплексного представления об управлении компанией на принципах маркетинга. Содержание: сущность интерактивного маркетинга.Стратегия и тактика маркетинга. Виды стратегий коммуникации. Формируемые компетенции: выбор инструментов маркетинга для формирования и удержания потребителей к товарам и услугам компании..	5
<b>Книгообеспеченность дисциплины</b>		
1. Молдашев Р.Ж. Маркетинг. Учебное пособие. / Молдашева Р.Ж. – Алматы, CyberSmith, - 2020. - 176 с. 2. Sharp В. Marketing: theory, Evidence, Practice / Byron Sharp. - Oxford: Oxford University Press, - 2013. - 609 p. 3. Ф.Т. Котлер, Армстронг Г. Маркетинг негіздері : [Мәтін]; ауд.: Б. Абдулхалим, Ж. Бимағамбетова. - 17-ші басылым. - Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" , 2019. - 736 б.		