

Утверждено/ Бекітілді/ Approved by

Решением Совета ШМ/ ММ кенесінің шешімімен/ By Council of SM

« 22 » \_\_\_\_\_ 2022  
*Кап*  
А. Казыбаева / A. Kazybayeva



Согласовано/ Келісілді /Agreed by

Директор по маркетингу «Qamalladin Media»/  
«Qamalladin Media» маркетинг бойынша директоры /  
Marketing director "Qamalladin Media"

« 22 » \_\_\_\_\_ 01 \_\_\_\_\_ 2022  
*Д. Камалладин*  
Д. Камалладин / D. Kamalladin



Каталог элективных дисциплин ОП «7М04105-Маркетинг»/ БББ «7М04105-Маркетинг» тандау пәндерінің каталогы/ Catalog of elective disciplines of the EP «7M04105-Marketing»  
Школы Менеджмента/ Менеджмент мектебінең/ School of Management

Уровень/ Деңгей/ Level: Магистратура / Master Degree

Направление подготовки/ Оқыту бағыты/ Direction of training: 6B041 Бизнес и управление/ 6B041 Бизнес және менеджмент/ 6B041 Business and management

Каталог элективных дисциплин ОП «7М04105-Маркетинг»/ БББ «7М04105-Маркетинг» таңдау пәндерінің каталогы/  
 Catalog of elective disciplines of the EP «7M04105 - Marketing»  
 на 2022 г.н.

№	Код дисциплины/ Пәннің коды/ Code of discipline	Название дисциплины/ Пәннің атауы/ Name of discipline	Кредиты ECTS/ ECTS кредиттері/ ECTS credits	Код пререквизита/ Пререквизиттің коды/ Code of prerequisite	Описание дисциплины/ Пәннің сипаттамасы/ Description of the discipline		
<b>1 семестр</b>							
1	SM 2099	Маркетинговые исследования (продвинутый курс)/ Маркетингтік зерттеулер (жетілдірілген курс)/ Marketing research (advanced course)	5		Дисциплина позволяет изучить полный цикл маркетинговых исследований: от определения целей и масштабов исследования до практики проведения; выбирать количественные и качественные методы исследований и их отличительные особенности; планировать и определять выборку их генеральной совокупности; различать методы проведения маркетинговых исследований и применять их по назначению.	Пән маркетингтік зерттеулердің толық циклын зерттеуге мүмкіндік береді: зерттеудің мақсаттары мен ауқымын анықтаудан бастап жүргізу тәжірибесіне дейін; зерттеулердің сандық және сапалық әдістерін және олардың ерекше ерекшеліктерін таңдау; олардың бас жиынтығының іріктеуін жоспарлау және анықтау; маркетингтік зерттеулерді жүргізу әдістерін ажырату және оларды мақсаты бойынша қолдану.	The discipline allows you to study the full cycle of marketing research: from determining the goals and scope of research to the practice of conducting; choose quantitative and qualitative research methods and their distinctive features; plan and determine a sample of their General population; distinguish methods of conducting marketing research and apply them for their intended purpose.
2	SM 2100	Дизайн маркетинговых проектов/ Маркетингтік жобалар дизайны/ Design of marketing projects	5		Дисциплина позволяет сформировать практические навыки создания и реализации маркетингового проекта с учетом поставленных целей для разных сфер деятельности; интегрировать спецификации и брифы с учетом поставленных задач; синтезировать алгоритм организации и проведения маркетинговых проектов.	Пән әр түрлі қызмет салалары үшін қойылған мақсаттарды ескере отырып, маркетингтік тәжірибелік дағдыларын қалыптастыруға мүмкіндік береді; қойылған міндеттерді ескере отырып, спецификациялар мен брифингтерді интеграциялауға; маркетингтік жобаларды ұйымдастыру және жүргізу алгоритмін синтездеуге мүмкіндік береді.	The discipline allows you to develop practical skills in creating and implementing a marketing project with the goals set for different areas of activity; integrate specifications and briefings with the goals set; synthesize the algorithm for organizing and conducting marketing projects.
3	SM 2101	Интегрированные маркетинговые коммуникации/ Біріктірілген маркетингтік коммуникациялар/ Integrated marketing communication	5		Дисциплина нацелена на получение магистрантами знаний и навыков по интегрированным маркетинговым коммуникациям и их применения в практической деятельности компании. Дисциплина позволяет обобщать знания и навыки по интегрированным маркетинговым коммуникациям и их применения в практической деятельности компании; разрабатывать стратегию интегрированных маркетинговых коммуникаций; синтезировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК); оценивать этапы принятия решения о покупке на деловом рынке; определять оценку эффективности ИМК.	Пән магистранттардың біріктірілген маркетингтік коммуникациялар бойынша білім мен дағдыларды алуға және оларды компанияның практикалық қызметінде қолдануға бағытталған. Пән біріктірілген маркетингтік коммуникациялар бойынша білімдер мен дағдыларды жинақтауға және оларды компанияның практикалық қызметінде қолдануға мүмкіндік береді; біріктірілген маркетингтік коммуникациялардың стратегиясын өзірлеуге; біріктірілген маркетингтік коммуникациялардың (БМК) тұжырымдамасын синтездеуге; іскерлік нарықта сатып алу туралы шешім қабылдау кезеңдерін бағалауға; БМК тиімділігін бағалауды анықтауға мүмкіндік береді.	The discipline is aimed at obtaining knowledge and skills on integrated marketing communications and their application in the practical activities of the company. The discipline allows you to generalize knowledge and skills on integrated marketing communications and their application in the practice of the company; develop a strategy for integrated marketing communications; synthesize the concept of integrated marketing communications( IMC); evaluate the stages of making a purchase decision in the business market; determine the effectiveness of the IMC.

4	SM 2102	Бренд-менеджмент/ Бренд-менеджмент/ Brand management	5		Приобретение знаний в области планирования и оценки стратегий бренда, соответствующих концепций и методов повышения долгосрочной рентабельности бренд стратегий. Дисциплина позволяет обобщать знания в области планирования и оценки стратегий бренда; синтезировать методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда; пересматривать структуру и разновидности бренда; оценивать лояльность бренд менеджмента и стратегии управления брендом.	Бренд стратегияларын жоспарлау және бағалау саласында, тиісті тұжырымдамалар мен стратегиялардың брендтерінің ұзақ мерзімді рентабельділігін арттыру әдістеріне сәйкес білім алу. Пән бренд стратегиясын жоспарлау және бағалау саласындағы білімді жинақтауға мүмкіндік береді; брендті өзірлеу кезінде маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу әдістемесін синтездеуге; брендтің құрылымы мен түрлерін қайта қарауға; брендті Басқару стратегиясы мен менеджмент брендіннің адалдығын бағалауға мүмкіндік береді.	Acquisition of knowledge in the field of planning and evaluating brand strategies, relevant concepts and methods for improving the long-term profitability of brand strategies. The discipline allows you to generalize knowledge in the field of planning and evaluating brand strategies; synthesize methods for organizing and conducting marketing research in brand development; review the structure and varieties of the brand; evaluate the loyalty of brand management and brand management strategies.
<b>2 семестр</b>							
1	SM 2103	Маркетинг инноваций/ Инновация маркетингі/ Innovation Marketing	5		Дисциплина нацелена на получение магистрантами знаний и навыков по продвижению инновационного товара или услуги на рынок; разрабатывать стратегию; проводить диагностику инновационного потенциала, процесса в компании, также выявление особенностей поведения потребителей на рынке инновации.	Пән магистранттардың инновациялық тауарды немесе қызметті нарыққа жылжыту бойынша білім мен дағдыларды алуына; стратегияны өзірлеуге; компаниядағы инновациялық әлеуетті, процесті диагностикалауды жүргізуге, сондай-ақ инновациялар нарығында тұтынушылардың мінез-құлық ерекшеліктерін анықтауға бағытталған.	The discipline is aimed at obtaining knowledge and skills for undergraduates to promote an innovative product or service to the market; to develop a strategy; to diagnose the innovative potential, the process in the company, as well as to identify the characteristics of consumer behavior in the innovation market.
2	SM 2104	Маркетинговое управление конкурентоспособностью товаров и услуг/ Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін маркетингі/ Marketing management of the competitiveness of goods and services	5		Дисциплина позволяет сформировать понимание методологии маркетингового регулирования конкурентоспособности, разработку стратегического маркетингового управления формированием и развитием устойчивых конкурентных преимуществ компаний.	Пән бәсекеге қабілеттілікті маркетингтік реттеу әдістемесін түсінуді қалыптастыруға, компаниялардың тұрақты бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру мен дамытуды стратегиялық маркетингтік басқаруды өзірлеуге мүмкіндік береді.	The discipline allows you to form an understanding of the methodology of marketing regulation of competitiveness, the development of strategic marketing management for the formation and development of sustainable competitive advantages of companies.
3	SM 2105	Маркетинг партнерских отношений/ Серіктестік маркетингі/ Partnership marketing	5		Данная дисциплина позволит магистрантам изучить концепцию партнерских отношений и ее основные направления; рассмотреть принципы концепции партнерских отношений; сделать анализ взаимодействия организации со стейкхолдерами компании; разработать программу партнерских отношений с клиентами и ключевыми поставщиками.	Аталған пән магистранттарға серіктестік қатынастар тұжырымдамасын және оның негізгі бағыттарын зерделеуге; серіктестік қатынастар тұжырымдамасының қағидаттарын қарауға; ұйымның компанияның стейкхолдерлерімен өзара іс-қимылына талдау жасауға; клиенттермен және негізгі жеткізушілермен серіктестік қатынастар бағдарламасын өзірлеуге мүмкіндік береді.	This discipline will allow undergraduates to study the concept of partnerships and its main directions; to consider the principles of the concept of partnerships; to analyze the interaction of the organization with the stakeholders of the company; to develop a program of partnerships with customers and key suppliers.

4	SM 2106	Graphic Design Tools/ Graphic Design Tools/ Graphic Design Tools	5		Дисциплина позволяет передать навык построение графических материалов средствами информационных технологии для решения задач маркетинга. Навык применение компьютерных средств для построение изображений, схем для разработки и представления информации (планирование) в основной деятельности.	Пән маркетинг есептерін шешу үшін ақпараттық технологиялар құралдарымен графикалық материалдарды құру дағдыларын жеткізуге мүмкіндік береді. Дағды негізгі қызметте ақпаратты өңдеу және ұсыну (жоспарлау) үшін бейнелерді, сұлбаларды құру үшін компьютерлік құралдарды қолдану.	The discipline allows you to transfer the skill of building graphic materials using information technology to solve marketing problems. The skill of using computer tools to build images, diagrams for developing and presenting information (planning) in the main activity.
5	SM 2107	Нейромаркетинг (продвинутый курс)/ Нейромаркетинг (жетілдірілген курс)/ Neuromarketing (advanced course)	5		Дисциплина позволяет изучить различные виды нейромаркетинговых исследований, физиологическую реакцию потребителей на различные маркетинговые стимулы, методы воздействия на процесс принятия решения потребителем через органы чувств, методику мобильного трекинга глаз, ZMET, аромаркетинг и др.	Пән нейромаркетингтік зерттеулердің өртүрлі түрлерін, тұтынушылардың өртүрлі маркетингтік ынталандыруларға физиологиялық реакциясын, сезім органдары арқылы тұтынушының шешім қабылдау процесіне өсер ету әдістерін, көздің мобильді трекингінің әдістемесін, ZMET, аромаркетинг және т. б. зерттеуге мүмкіндік береді.	The discipline allows you to study various types of neuromarketing research, the physiological response of consumers to various marketing incentives, methods of influencing the consumer's decision-making process through the senses, the method of mobile eye tracking, ZMET, aromarketing, etc.
6	SM 2108	Прикладной маркетинг/ Қолданбалы маркетинг/ Applied marketing	5		Приобретение практических навыков в области маркетинга и технология продаж, организации маркетинговой деятельности на предприятии. Дисциплина позволяет принимать маркетинговые решения на предприятии; применять методики проведения маркетингового анализа; овладеть навыками применения инструментов маркетинге с учетом возможностей компании и результативности.	Маркетинг және сату технологиясы, кәсіпорында маркетингтік қызметті ұйымдастыру саласында практикалық дағдыларды меңгеру. Пән кәсіпорындағы маркетингтік шешімдерді қабылдауға; маркетингтік талдау жүргізу әдістемесін қолдануға; компанияның мүмкіндіктері мен нәтижелілігін ескере отырып, маркетинг құралдарын қолдану дағдыларын меңгеруге мүмкіндік береді.	Acquisition of practical skills in the field of marketing and sales technology, organization of marketing activities at the enterprise. The discipline allows you to make marketing decisions at the enterprise; apply methods of marketing analysis; master the skills of using marketing tools, taking into account the company's capabilities and performance.
<b>3 семестр</b>							
1	SM 2109	Маркетинг менеджмент/Маркетинг менеджмент/ Marketing management	5		Дисциплина позволяет углубить профессиональные знания в области управления маркетингом, сформировать представление о том, как при помощи грамотного использования методов и приемов управления маркетингом способствовать удовлетворению существующих и формированию новых потребностей покупателя, добиваясь при этом эффективного развития компании; овладеть навыками управления маркетингом на корпоративном, функциональном, инструментальном уровнях, навыками управления товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политикой предприятия, навыками проведения работы по сегментированию, таргетированию и позиционированию продуктов компании, технологией построения эффективных отношений с клиентами компании.	Пән маркетингті басқару саласындағы кәсіби білімдерді тереңдетуге, маркетингті басқару әдістері мен тәсілдерін сауатты қолдану арқылы компанияның тиімді дамуына қол жеткізе отырып, сатып алушының қазіргі қажеттіліктерін қанағаттандыруға және жаңаларын қалыптастыруға ықпал ету туралы түсінік қалыптастыруға мүмкіндік береді; корпоративтік, функционалдық, аспаптық деңгейлерде маркетингті басқару дағдыларын, кәсіпорынның тауарлық, бағалық, өткізу және коммуникациялық саясатын басқару дағдыларын, компания өнімдерін сегменттеу, таргеттеу және позициялау бойынша жұмыс жүргізу дағдыларын, компания клиенттерімен тиімді қарым-қатынас құру технологиясын меңгеру.	The discipline allows you to deepen professional knowledge in the field of marketing management, to form an idea of how to use marketing management methods and techniques correctly to help meet existing and form new customer needs, while achieving effective development of the company; master the skills of marketing management at the corporate, functional, and instrumental levels, the skills of managing the company's product, price, sales, and communication policies, the skills of segmentation, targeting, and positioning of the company's products, and the technology for building effective relationships with the company's customers.

2	SM 2110	Глобальный маркетинг/ Жаһандық маркетинг/ Global marketing	5	Цель дисциплины: изучение теории маркетинга международных компаний, а также освоение практики их маркетинговой деятельности, нацеленной на формирование и укрепление конкурентных позиций на мировых товарных рынках. Дисциплина позволяет овладеть соответствующим категориальным аппаратом, знанием современных форм и методов маркетинговой деятельности.	Пәннің мақсаты: халықаралық компаниялар маркетингі теориясын оқу, сонымен қатар әлемдік тауар нарықтарында бәсекелестік позицияларды қалыптастыру мен нығайтуға бағытталған олардың маркетингтік қызметінің тәжірибесін игеру. Пән тиісті категориялық аппаратты меңгеруге, маркетингтік қызметтің заманауи түрлері мен әдістерін білуге мүмкіндік береді.	The purpose of the discipline: to study the theory of marketing of international companies, as well as to master the practice of their marketing activities aimed at forming and strengthening competitive positions in the world commodity markets. The discipline allows you to master the appropriate categorical apparatus, knowledge of modern forms and methods of marketing activities.
3	SM 2111	Digital реклама/ Digital жарнама/ Digital advertising	4	Цель - ознакомить с инструментами интернет-рекламы и возможностями их применения в практической деятельности. Дисциплина позволяет различать инструменты интернет-рекламы и возможностями их применения в практической деятельности; - разрабатывать Интернет-стратегии для различных сегментов B2C-рынка; планировать и организовывать контекстную рекламу, SEO-оптимизацию, SMM-рекламу; оценивать эффективность интернет-рекламы.	Мақсаты-интернет-жарнама құралдарымен және оларды практикалық қызметте қолдану мүмкіндіктерімен таныстыру. Пән интернет-жарнама құралдарын және оларды практикалық қызметте қолдану мүмкіндіктерін ажыратуға мүмкіндік береді; - B2C-нарықтың ертүрлі сегменттері үшін Интернет-стратегияларды әзірлеу; контекстік жарнаманы жоспарлау және ұйымдастыру, SEO-оңтайландыру, SMM-жарнама; интернет-жарнаманың тиімділігін бағалау.	The goal is to familiarize you with the tools of online advertising and the possibilities of their application in practice. The discipline allows you to distinguish between the tools of Internet advertising and the possibilities of their application in practice; - develop Internet strategies for various segments of the B2C market; plan and organize contextual advertising, SEO optimization, SMM advertising; evaluate the effectiveness of Internet advertising.
	SM 2359	Информационные технологии в маркетинге/ Маркетингтегі ақпараттық технологиялар/ Information technologies in marketing	4	Дисциплина позволяет изучить возможности маркетинговых информационных систем; применение интернет-технологий в маркетинге; использовать компьютерные технологии в рекламных и маркетинговых исследованиях; обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию; использовать базы данных в решении маркетинговых задач; использовать маркетинговые интернет сервисы;	Пән маркетингтік ақпараттық жүйелердің мүмкіндіктерін зерттеуге мүмкіндік береді; маркетингте интернет-технологияларды қолдану; жарнамалық және маркетингтік зерттеулерде компьютерлік технологияларды пайдалану; маркетингтік ақпаратты өңдеу және талдау; маркетингтік міндеттерді шешуде дерекқорларды пайдалану; маркетингтік интернет-сервистерді пайдалану;	The discipline allows you to explore the possibilities of marketing information systems; the use of Internet technologies in marketing; use computer technology in advertising and marketing research; process and analyze marketing information; use databases in solving marketing tasks; use Internet marketing services;

Разработано/Құрастырған/Compiled by:

Программ-лидер ОП «Маркетинг»/ «Маркетинг» ББ программ-лидері/ Program Leader of EP «Marketing»

Согласовано/ Келісілген/ Agreed by:

Декан Школы менеджмента/ Менеджмент мектебінің деканы/ Dean of the School of Management

Директор Управления академического превосходства и методологии/


Академиялық шеберлік және әдістеме басқармасының директоры /


Director of the Office of Academic Excellence and Methodology

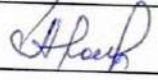
Проректор по академическому развитию/ Академиялық даму жөніндегі

проректор/ Vice-Rector for Academic Development

  
Э. Оразгалиева/ E. Orazgaliyeva

  
А.Казыбаева/ A. Kazybayeva

  
Ф. Абдолдина / F. Abdoldina

  
Ә. Арын/ A. Aryn