

**А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік Университеті**  
**КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИМЕНИ А.БАЙТҰРСЫНОВА**  
**KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY NAMED AFTER A.BAITURSYNOV**



**ҚОСЫМША БІЛІМ БЕРУ**  
**БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ КАТАЛОГЫ**  
**(MINOR).**

**КАТАЛОГ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ**  
**(MINOR)**

**CATALOGUE OF ADDITIONAL**  
**EDUCATIONAL PROGRAMS**  
**(MINOR)**

Қостанай, 2021

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 24.02.2021 ж. №2 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтұрсынова, протокол от 24.02.2021 г. №2

Published by decision educational and methodical council of the Kostanay regional university named after A. Baitursynov (Protocol №2 from 24.02.2021)

## **Каталог дополнительных образовательных программ (Minor).**

**Дополнительная образовательная программа Minor (Минор)** – совокупность дисциплин и (или) модулей и других видов учебной работы, определенная обучающимся для изучения с целью формирования дополнительных компетенций (Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563).

Обучающийся при определении индивидуальной траектории обучения в рамках вузовского компонента и компонента по выбору выбирает:

- 1) дисциплины по основной образовательной программе;
- 2) дисциплины по дополнительной образовательной программе. (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.31).

Порядок выбора и освоения дисциплин по дополнительной образовательной программе осуществляется для получения дополнительных компетенций по смежным или профильным ОП, а также для удовлетворения личных потребностей обучающегося (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.32).

Объем дисциплин, выбираемых по дополнительной образовательной программе, устанавливается ВУЗом самостоятельно. При этом, дисциплины дополнительной ОП изучаются обучающимися в рамках дисциплин ВК и КВ и их объем входит в общий объем академических кредитов, необходимых для присвоения соответствующей степени или квалификации по основной ОП (Правила организации учебного процесса по КТО Приказ МОН РК от 12.10.2018 г. №563 п.34).

В отличие от **Major** (образовательная программа, определенная обучающимся для изучения с целью формирования ключевых компетенций), **Minor** – это блок из трех или четырех взаимосвязанных дисциплин непрофильного для студента направления подготовки. **Minor** предлагаются для выбора всем студентам в конце первого курса бакалавриата. Каждый обучающийся обязан выбрать для изучения один **Minor**. Изучается **Minor** на втором и третьем курсе бакалавриата.

### **Отличительные особенности Minor:**

- изучается на втором и третьем курсе бакалавриата;
- состоит из трех или четырех дисциплин, изучаемых последовательно;
- трудоемкость 20 кредитов (трудоемкость каждой дисциплины – 5 кредитов);
- трудоемкость входит в основную часть образовательной программы (кредиты за дисциплины **Minor** входят в 240 кредитов основной программы);
- выбирается студентом каждой образовательной программы самостоятельно из общего каталога;
- дисциплины **Minor** проводятся одновременно: в расписании им отводится конкретный день занятий

# СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

**Тобылов К.Т.**, к.э.н., ассоциированный профессор

**Калкабаева А.Е.**, магистр экономических наук, старший преподаватель

**Байжанова Л.А.**, магистр экономических наук, преподаватель

**Цель:** Формирование у студентов маркетингового мышления, знаний умений и компетенций, необходимых для успешной работы в сфере продвижения готового продукта и обеспечения непрерывного конкурентного преимущества в современной экономике

## **Базовые компетенции, которые предстоит сформировать:**

- способность оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития инструментов маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды;
- применять современные маркетинговые технологии и инструменты для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности;
- определять креативные подходы к управлению маркетингом товаров и услуг с применением современных маркетинговых технологий;

## **Результаты обучения:**

- умение выявлять факторы конкурентоспособности для обеспечения стратегического развития организации;
- уметь выявлять новые рыночные возможности по развитию взаимоотношений с клиентами, развитию новых типов продуктов;
- умение использовать полученные знания в рамках процесса разработки эффективных стратегий в маркетинговой деятельности;
- способность планировать рекламную и PR кампанию на основе креативных технологий;
- умение анализировать рекламную деятельность конкурентов, выбирать средства распространения рекламной и PR-информации.

## **Дисциплины Minor:**

1. Поведенческий маркетинг
2. Рекламное искусство
3. Бенчмаркинг
4. Социальный медиа маркетинг(SMM)

**Трудоемкость:** 20 кредитов.

**Пререквизиты:** нет

**Минимальное количество слушателей:** 7

**Максимальное количество слушателей:** 100

## Дисциплина 1 Поведенческий маркетинг

Дисциплина направлена на формирование основных знаний, умений и навыков управления поведением потребителями на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации. Изучение курса предусматривает изучение предпосылок становления поведения потребления, анализ психологии потребительского поведения на микро-уровне на основе мотивационных теорий в маркетинге. В рамках дисциплины студенты также научатся понимать процесс принятия потребительских решений о покупке, будут проводить анализ влияния ситуационных

факторов на принятие покупательских решений, изучат механизм системы нейромаркетинга, способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.

### Дисциплина 2. Рекламное искусство

Дисциплина направлена на изучение актуальных вопросов из практики рекламной деятельности фирм и компаний. Основной отличительной чертой дисциплины является междисциплинарный подход к поиску решения различных задач в маркетинге и коммуникациях. Курс изучает теоретические основы и основные требования рекламной практики, классификацию средств рекламы, методы и средства стимулирования сбыта, формы личной продажи. В результате освоения данной дисциплины студенты ознакомятся с организацией работы рекламных агентств, изучат технологии креативной рекламы, научатся составлять рекламное и PR-сообщение, смогут планировать рекламную и PR кампанию и анализировать рекламную деятельность конкурентов, выбирать средства распространения рекламной и PR-информации.

### Дисциплина 3 Бенчмаркинг

В современных реалиях, когда рынок все больше глобализуется и ужесточается конкуренция на всех сегментах, роль бенчмаркинга все больше возрастает. Предприятия, берущие на вооружение современные методы исследования, направленные на выявление негативных и положительных тенденций, имеют все шансы на лидерство. Данный курс научит будущих специалистов проводить всесторонний маркетинговый анализ организации, выявлять ключевые преимущества и отличительные характеристики от конкурентов присутствующих на рынке, разрабатывать стратегии продвижения и развития.

### Дисциплина 4 Социальный медиа маркетинг(SMM)

Дисциплина включает в себя изучение особенностей продвижения медийного продукта в социальных сетях, а также специфику использования Интернет-ресурсов в работе бизнес структур и PR специалистов. Курс предусматривает освоение основных инструментов digital-коммуникации, оценку digital как современного комплекса технологий в системе маркетинговых коммуникаций, сущность «социальный медиа маркетинг» (SMM), изучение истории появления данного направления и возможности продвижения в социальном медиа маркетинге.