БАКАЛАВРИАТ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

(по алфавиту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Шифр  | Название | Институт | Вид ОП |
| 6B04106 | Маркетинг | Сорбонна-Казахстан | Новая |
|  |  |  |  |

Рекомендуемый вид раздела «Образовательные программы»

При нажатии названия ОП должно выйти соответствующееокно (см.ниже):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шифр:6B04106 | Название:Маркетинг | Институт: Сорбонна-Казахстан |

Квалификация:

* Первое высшее образование - Бакалавр экономики и бизнеса

4 ссылки

* Модель выпускника
* Обязательные дисциплины
* Элективные дисциплины
* Результаты обучения



При нажатии «Обязательных или Элективных дисциплин», должен выйти список дисциплин (описание выйдет также при нажатии название дисциплины)



КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Цикл дисциплин | Наименование дисциплин и ихосновные разделы | Трудо-емкостьвсего кредитов |
| *ООД 1*  | Цикл Общеобразовательных дисциплин (ООД) | *5* |
| 1 | Основы экономики и бизнеса | 5 |
|  | Общественное производство.Сущность, формы, структура капитала. Издержки производства. Доходы производства в рыночной экономике. Понятие бизнеса. Виды предпринимательской деятельности. Теория собственности, общественные формы хозяйствования. Товар, деньги. Общественно экономическая система. Возникновение рынка. Финансовая система.Роль государства в развитии бизнеса. Макроэкономика. Ресурсосбережение.Цикличность экономического развития. Инфляция и безработица. Казахстан в системе мирохозяйственных связей. |  |
| 2 | Основы права и антикоррупционной культуры | 5 |
|  | Основные положения Конституции, действующего законодательства РК; систему органов [государственного управления](https://pandia.ru/text/category/gosudarstvennoe_upravlenie/), круг полномочий, цели, методы [государственного регулирования](https://pandia.ru/text/category/gosudarstvennoe_regulirovanie/) экономики, роль [государственного сектора](https://pandia.ru/text/category/gosudarstvennij_sektor/) в экономике; [финансовое право](https://pandia.ru/text/category/finansovoe_pravo/) и финансы; механизм взаимодействия материального и процессуального права; сущность коррупции, причины ее происхождения; меру морально-нравственной, правовой ответственности за коррупционные правонарушения; действующее законодательство в области противодействия коррупции |  |
| 3 | Безопасность жизнедеятельности человека | 5 |
|  | Безопасность жизнедеятельности, ее основные положения. Опасности, чрезвычайные ситуации. Анализ риска, управление рисками. Системы безопасности человека.  Дестабилизирующие факторы современности. Социальные опасности, защита от них: опасности в духовной сфере, политике, защита от них: опасности в экономической сфере, опасности в быту, повседневной жизни. Система органов обеспечения безопасности жизнедеятельности, и правового регулирования их деятельности |  |
| 4 | Экология и устойчивое развитие | 5 |
|  | Основные закономерности функционирования живых организмов, экосистем различного уровня организации, биосферы в целом, их устойчивости; взаимодействия компонентов биосферы и экологических последствиях хозяйственной деятельности человека, особенно в условиях интенсификации природопользования; современные представления о концепциях, стратегиях и практических задачах устойчивого развития в различных странах и РК; проблемы экологии, охраны окружающей среды, устойчивого развития |  |
| БД 2 | ЦИКЛ БАЗОВЫХ ДИСЦИПЛИН (БД) | 56 |
| 1 | Статистика | 5 |
|  | Предмет, метод и задачи статистики. Статистическое наблюдение, его формы. Задачи и виды группировок. Абсолютные величины. Относительные величины. Степенные средние. Структурные средние. Формулы расчетов показателей вариации. Сущность выборочного наблюдения. Методы и способы отбора единиц в выборку. Ряды динамики. Сезонные колебания в рядах внутригодовой динамики. Корреляционно-регрессионный метод изучения.  |  |
| 2 | Эконометрика | 5 |
|  | Основы эконометрики. Информационная база. Динамические ряды. Модель парной регрессии Построение уравнения парной регрессии. Коэффициент регрессии. Нелинейная регрессия. Логарифмические, степенные модели регрессии. Расчет и оценка параметров уравнения. Множественная линейная регрессия. Методика выявления мультиколлинеарности. Построение уравнения методом пошаговой регрессии. Проверка общего качества уравнения. Проверка значимости коэффициентов регрессии. Интепретация значений регрессионной статистики.  |  |
| 3 | **Логистика** | 3 |
|  | Сущность понятия логистики, ее концепция и принципы. Материальные потоки, логистические операции и системы. Закупочная логистика. Производственная логистика. Распределительная логистика. Транспортная логистика. Информационная логистика. Запасы в логистике. Складирование, грузопереработка и упаковка. Логистический сервис. Логистическое администрирование. Глобальные логистические системы. |  |
| 4 | **Бухгалтерский учет и аудит** | 5 |
|  | Основы организации системы бухгалтерского учета, начиная с рассмотрения вопросов роли бухгалтерского учета в системе управления предприятием, основных концепций и принципов бухгалтерского учета, бухгалтерского баланса, системы счетов и двойной записи, переходя к вопросам текущих и долгосрочных активов, обязательств и капитала хозяйствующего субъекта. |  |
| 5 | Финансы | 5 |
|  | Роль финансов в общественном воспроизводстве. Финансовая система. Финансовая политика и финансовый механизм. Финансы хозяйствующих субъектов. Государственные финансы. Налоги и организация налоговой системы. Государственный бюджет. Государственные внебюджетные фонды. Государственный кредит и государственный долг. Финансы домашних хозяйств. Страхование. Государственное финансовое регулирование экономики. Финансовый рынок. Финансы в системе внешнеэкономических связей. Финансы и инфляция. |  |
| 6 | Банковский маркетинг | 5 |
|  | Сущность и функции банковскогомаркетинга. Маркетинговая среда банка. Банковские маркетинговые исследования. Маркетинговый анализ состояния банковского рынка. Банковская услуга и её характеристика. Системы распространения банковских услуг. Сервисная политика банка. Рекламная и коммуникационная политика банка. Управление маркетингом в банке. |  |
| 7 | Маркетинг образования | 3 |
|  | Концепция маркетинга образования. Субъекты и объекты маркетинга в образовании. Маркетинговая среда образования. Сегментация сферы образования. Маркетинговые стратегии образовательных услуг. Управление качеством образования. Ценообразование на рынке образовательных услуг. Управление маркетингом в образовательном учреждении. Маркетинговые коммуникации образовательных услуг. Международный маркетинг образования. |  |
| 8 | Французский язык (по уровням) | 25 |
|  | Первые контакты и знакомство. Я и моя семья. Роль семьи в обществе, и гармоничные семейные отношения. Моё жилье. Типы жилья. Современное жилище. Ориентировка в новом городе. Человек и его здоровье. Карта мира. Обычаи и Традиции. Будущая профессия. Отдых. Культурно-исторический фон. Образование. Моя Профессия. Человек и природа, экологические проблемы. Новости, СМИ. |  |
| *ПД 3* | ЦИКЛ ПРОФИЛИРУЮЩИХ ДИСЦИПЛИН | 45 |
| 1 | Маркетинг услуг | 5 |
|  | Особенности услуги в концепции маркетинга. Маркетинговые инструменты сферы услуг. Маркетинговая среда предприятия сферы услуг. Маркетинговые исследования в сфере услуг. Сегментирование рынка услуг. Маркетинг информационно-консалтинговых услуг. Маркетинг банковских услуг. Маркетинг транспортных услуг. Маркетинг услуг связи. Маркетинг арендных услуг. Маркетинг торгово-посреднических услуг. Маркетинг сервисного обслуживания. |  |
| **2** | Брендмаркетинг | 5 |
|  | История развития бренда. Понятие, сущность и природа бренда. Концепции бренда. Маркетинговая политика разработки бренда. Позиционирование бренда. Атрибуты бренда. Идентичность бренда. Создание лояльного отношения потребителей к бренду. Управление брендом и практика брендинга. Понятие и измерение капитала бренда. |  |
| **3** | Маркетинговые коммуникации | 5 |
|  | Теоретические основы и современные концепции маркетинговых коммуникаций. Целевые аудиторий для маркетинговых коммуникаций. Каналы маркетинговых коммуникаций. Решения в системе продвижения микс. Реклама. Организация рекламной деятельности. Планирование и контроль рекламы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личные продажи. Маркетинг отношений. Новые коммуникационные технологии. Брендинг. Разработка бюджета продвижения. Маркетинговые коммуникации в отраслях. |  |
| **4** | Интернет маркетинг | 5 |
|  | Основы интернет-маркетинга. Комплексный подход в интернет-маркетинге. Интернет-продвижение в независимой зоне поисковых систем. Социальные сети, сервисы и блогосфера. Контекстная и баннерная реклама. Основы SEO-оптимизации. Оценка эффективности интернет-продвижения. Интернет-маркетинговые стратегии. Создание и поддержка информационных полей в интернете. Специфика функционирования интернет-магазинов. Мобильный интернет-маркетинг. Интернет-продвижение инвестиционных проектов. |  |
| 5 | Стратегический маркетинг | 5 |
|  | Сущность, концепции стратегического маркетинга. Научные основы стратегического маркетинга и управление конкурентоспособностью. Методы разработки нормативов конкурентоспособности, качество нормативов. Стратегическая сегментация рынка. Стратегическое прогнозирование потребностей. Сущность, формы, методы и анализ конкуренции на рынке. Теория, методические основы управление конкурентными преимуществами. Принципы, методы оценки конкурентоспособности. Организация работ по стратегическому маркетингу. Основы стратегического брендинга. |  |

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ

БАКАЛАВРИАТ ДЕҢГЕЙІ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Пәндер циклі | Пәндер атауы және олардыңнегізгі бөлімдер | Жұмысқа орналастыру-сыйымдылығыбарлық кредиттер |
| *ООД 1*  | Жалпы білім беретін пәндер ЦИКЛЫ (ЖББП) | *5* |
| 1 | Экономика және бизнес негіздері | 5 |
|  | Қоғамдық өндіріс. Капиталдың мәні, формалары, құрылымы. Өндіріс шығындары. Нарықтық экономикадағы өндіріс кірістері. Бизнес түсінігі. Кәсіпкерлік қызмет түрлері. Меншік теориясы, шаруашылық жүргізудің қоғамдық формалары. Тауар, ақша. Қоғамдық экономикалық жүйе. Нарықтың пайда болуы. Қаржы жүйесі. Бизнесті дамытудағы мемлекеттің рөлі. Макроэкономика. Ресурс үнемдеу. Экономикалық дамудың циклділігі. Инфляция және жұмыссыздық. Қазақстан әлемдік шаруашылық байланыстар жүйесінде. |  |
| 2 | Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері | 5 |
|  | Конституцияның, ҚР қолданыстағы заңнамасының негізгі ережелері; мемлекеттік басқару органдарының жүйесі, экономиканы мемлекеттік реттеудің өкілеттілік шеңбері, мақсаттары, әдістері, экономикадағы мемлекеттік сектордың рөлі; қаржылық құқық және қаржы; материалдық және іс жүргізу құқығының өзара іс-қимыл тетігі; сыбайлас жемқорлықтың мәні, оның шығу себептері; сыбайлас жемқорлық құқық бұзушылықтар үшін моральдық-адамгершілік, құқықтық жауапкершілік шаралары; сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл саласындағы қолданыстағы заңнама |  |
| 3 | Адам өмірінің қауіпсіздігі | 5 |
|  | Өмір тіршілігінің қауіпсіздігі, оның негізгі ережелері. Қауіптер, Төтенше жағдайлар. Тәуекелді талдау, тәуекелдерді басқару. Адам қауіпсіздігі жүйелері. Қазіргі заманғы тұрақсыздандыру факторлары. Әлеуметтік қауіптер, олардан қорғау: рухани саладағы, саясаттағы қауіптер, олардан қорғау: экономикалық саладағы қауіптер, тұрмыстағы, күнделікті өмірдегі қауіптер. Тіршілік әрекетінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету және олардың қызметін құқықтық реттеу органдарының жүйесі |  |
| 4 | Экология және тұрақты даму | 5 |
|  | Тірі организмдердің, әртүрлі деңгейдегі экожүйелердің, жалпы биосфераның қызмет етуінің негізгі заңдылықтары, олардың тұрақтылығы; БиоСфера компоненттерінің өзара әрекеттесуі және адамның шаруашылық қызметінің экологиялық салдары, әсіресе табиғат пайдалануды интенсификациялау жағдайында; ҚР және әр түрлі елдердегі тұрақты дамудың концепциялары, стратегиялары және практикалық міндеттері туралы қазіргі заманғы түсініктер; экология, қоршаған ортаны қорғау, қоршаған ортаны тұрақты дамыту мәселелері. |  |
| БП 2 | БАЗАЛЫҚ ПӘНДЕР ЦИКЛІ (БП) | 56 |
| 1 | Статистика | 5 |
|  | Статистиканың пәні, әдісі және міндеттері. Статистикалық бақылау, оның формалары. Топтаудың міндеттері мен түрлері. Абсолюттік шамалар. Салыстырмалы шамалар. Дала орта. Құрылымдық орта. Вариация көрсеткіштерін есептеу формулалары. Іріктеп бақылаудың мәні. Іріктемеге бірліктерді іріктеу әдістері мен тәсілдері. Динамика қатары. Жылдық динамика қатарындағы маусымдық тербелістер. Зерттеудің корреляциялық-регрессиялық әдісі. |  |
| 2 | Эконометрика | 5 |
|  | Эконометрика негіздері. Ақпараттық база. Динамикалық қатарлар. Бу регрессиясының моделі бу регрессиясының теңдеуін құру. Регрессия коэффициенті. Сызықты емес регрессия. Регрессияның логарифмдік, дала модельдері. Теңдеудің параметрлерін есептеу және бағалау. Көпше сызықтық регрессия. Мультиколлинеарлықты анықтау әдістемесі. Қадамдық регрессия әдісімен теңдеуді құру. Теңдеудің жалпы сапасын тексеру. Регрессия коэффициенттерінің маңыздылығын тексеру. Регрессиялық Статистика мәндерінің интерпретациясы. |  |
| 3 | **Логистика** | 3 |
|  | Логистика ұғымының мәні, оның тұжырымдамасы мен принциптері. Материалдық ағындар, логистикалық операциялар және жүйелер. Сатып алу логистикасы. Өндірістік логистика. Тарату логистикасы. Көлік логистикасы. Ақпараттық логистика. Логистикадағы қорлар. Қоймалау, жүк өңдеу және орау. Логистикалық қызмет. Логистикалық әкімшілік. Ғаламдық логистикалық жүйелер. |  |
| 4 | Бухгалтерлік есеп және аудит | 5 |
|  | Бухгалтерлік есеп жүйесін ұйымдастыру негіздері кәсіпорынды басқару жүйесіндегі бухгалтерлік есептің рөлі мәселелерін, бухгалтерлік есептің негізгі тұжырымдамалары мен принциптерін, бухгалтерлік балансты, шоттар жүйесін және қос жазбаны қарастырудан бастап, шаруашылық жүргізуші субъектінің ағымдағы және ұзақ мерзімді активтері, міндеттемелері мен капиталы мәселелеріне көше отырып. |  |
| 5 | Қаржы | 5 |
|  | Қоғамдық ұдайы өндірудегі қаржының рөлі. Қаржы жүйесі. Қаржылық саясат және қаржылық механизм. Шаруашылық субъектілерінің қаржысы. Мемлекеттік қаржы. Салық және салық жүйесін ұйымдастыру. Мемлекеттік бюджет. Мемлекеттік бюджеттен тыс қорлар. Мемлекеттік несие және мемлекеттік қарыз. Үй шаруашылықтарының қаржысы. Сақтандыру. Экономиканы мемлекеттік қаржылық реттеу. Қаржы нарығы. Сыртқы экономикалық байланыстар жүйесіндегі қаржы.. Қаржы және инфляция. |  |
| 6 | Банктік маркетинг | 5 |
|  | Банктік маркетингтің мәні мен функциялары. Банктің Маркетингтік ортасы. Банктік маркетингтік зерттеулер. Банк нарығының жай-күйін маркетингтік талдау. Банктік қызмет және оның сипаттамасы. Банктік қызметтерді тарату жүйесі. Банктің сервистік саясаты. Банктің жарнамалық және коммуникациялық саясаты. Банктегі маркетингті басқару. |  |
| 7 | Білім маркетингі | 3 |
|  | Білім маркетингінің тұжырымдамасы. Білім берудегі маркетингтің субъектілері мен объектілері. Білім берудің Маркетингтік ортасы. Білім беру саласын сегменттеу. Білім беру қызметтерінің маркетингтік стратегиясы. Білім беру сапасын басқару. Білім беру қызметтері нарығында баға белгілеу. Білім беру мекемесінде маркетингті басқару. Білім беру қызметтерінің маркетингтік коммуникациялары. Білім берудің халықаралық маркетингі. |  |
| 8 | Французский язык (по уровням) | 25 |
|  | Алғашқы байланыс және танысу. Мен және менің отбасым. Отбасының қоғамдағы рөлі және үйлесімді отбасылық қатынастар. Менің тұрғын үй. Түрлері тұрғын үй. Қазіргі тұрғын үй. Жаңа қалада бағдарлау. Адам және оның денсаулығы. Әлем картасы. Әдет-ғұрып және салт-Дәстүр. Болашақ мамандық. Демалыс. Мәдени-тарихи фон. Білім. Менің Мамандығым. Адам және Табиғат, экологиялық мәселелер. Жаңалықтар, БАҚ. |  |
| КП 3 | КӘСІПТІК ПӘНДЕР ЦИКЛІ (КП) | 45 |
| 1 | Қызметтер маркетингі | 5 |
|  | Маркетинг концепциясындағы қызметтің ерекшеліктері. Қызмет көрсету саласының маркетингтік құралдары. Қызмет көрсету саласындағы кәсіпорынның Маркетингтік ортасы. Қызметтер саласындағы маркетингтік зерттеулер. Қызметтер нарығын сегменттеу. Ақпараттық-консалтингтік қызметтер маркетингі. Банктік қызмет маркетингі. Көлік қызметінің маркетингі. Байланыс қызметінің маркетингі. Жалдау қызметтерінің маркетингі. Сауда-делдалдық қызмет маркетингі. Сервистік қызмет көрсету маркетингі. |  |
| **2** | Брендмаркетинг | 5 |
|  | Брендтің даму тарихы. Бренд ұғымы, мәні және табиғаты. Бренд тұжырымдамасы. Брендті әзірлеудің маркетингтік саясаты. Бренд позициялау. Бренд атрибуттары. Брендтің бірегейлігі. Тұтынушылардың брендке адал қатынасын құру. Брендті басқару және брендинг тәжірибесі. Бренд капиталының түсінігі және өлшемі. |  |
| **3** | Маркетингтік коммуникациялар | 5 |
|  | Маркетингтік коммуникациялардың теориялық негіздері және қазіргі заманғы концепциялары. Маркетингтік коммуникацияға арналған мақсатты аудиториялар. Маркетингтік коммуникация арналары. Микс жылжыту жүйесіндегі шешімдер. Жарнама. Жарнамалық қызметті ұйымдастыру. Жарнаманы жоспарлау және бақылау. Өткізуді ынталандыру. Жұртшылықпен байланыс. Жеке сату. Қатынастар маркетингі. Жаңа коммуникациялық технологиялар. Брендинг. Жылжыту бюджетін әзірлеу. Салалардағы Маркетингтік коммуникациялар. |  |
| **4** | Интернет маркетинг | 5 |
|  | Интернет-Маркетинг негіздері. Интернет-маркетингтегі кешенді тәсіл. Іздеу жүйелерінің тәуелсіз аймағында Интернет-жылжыту. Әлеуметтік желілер, сервистер және блогосфера. Мәтінмәндік және баннерлік жарнама. SEO-оңтайландыру негіздері. Интернет-жылжыту тиімділігін бағалау. Интернет-маркетингтік стратегиялар. Интернетте ақпараттық өрістерді құру және қолдау. Интернет-дүкендердің жұмыс істеу ерекшелігі. Мобильді интернет-маркетинг. Инвестициялық жобаларды Интернет-жылжыту. |  |
| 5 | Стратегиялық маркетинг | 5 |
|  | Стратегиялық маркетингтің мәні, тұжырымдамасы. Стратегиялық маркетингтің ғылыми негіздері және бәсекеге қабілеттілікті басқару. Бәсекеге қабілеттілік нормативтерін әзірлеу әдістері, нормативтердің сапасы. Нарықты стратегиялық сегменттеу. Қажеттіліктерді стратегиялық болжау. Нарықтағы бәсекелестіктің мәні, формалары, әдістері және талдауы. Бәсекелестік артықшылықтарды басқару теориясы, әдістемелік негіздері. Бәсекеге қабілеттілікті бағалау принциптері, әдістері. Стратегиялық маркетинг бойынша жұмыстарды ұйымдастыру. Стратегиялық брендинг негіздері. |  |

CATALOGUE OF ELECTIVE DISCIPLINES

UNDERGRADUATE LEVEL

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cycle of disciplines | Name of disciplines and their main sections | Work-Tank (ECTS) |
| *GED 1* | THE CYCLE OF GENERAL EDUCATIONAL DISCIPLINES (GED) | 5 |
| 1 | Fundamentals of Economics and business | 5 |
|  | Social production. The essence, forms, structure of capital. Production cost. Income production in a market economy. The concept of business. Types of business activity. Theory of property, social forms of management. Goods, money. Socio-economic system. The emergence of the market. Financial system. The role of the state in business development. Macroeconomics. Resource saving. Cyclical economic development. Inflation and unemployment. Kazakhstan in the system of world economic relations. |  |
| 2 | Fundamentals of law and anti-corruption culture | 5 |
|  | Basic provisions of the Constitution, current legislation of the RK; the system of state management bodies, the terms of reference, objectives, methods of state regulation of the economy, the role of the public sector in the economy; financial law and Finance, the mechanism of interaction of substantive and procedural law; the essence of corruption, the causes of its origin; the extent of moral and legal responsibility for corruption offences; the legislation in the field of combating corruption |  |
| 3 | The safety of human life | 5 |
|  | Life safety, its main provisions. Dangers, emergencies. Risk analysis, risk management. Security of the person. Destabilizing factors of our time. Social dangers, protection from them: dangers in the spiritual sphere, politics, protection from them: dangers in the economic sphere, dangers in everyday life. The system of life safety bodies, and legal regulation of their activities |  |
| 4 | Ecology and sustainable development | 5 |
|  | Basic laws of functioning of living organisms, ecosystems of different levels of organization, biosphere as a whole, their stability; interaction of components of biosphere and ecological consequences of economic activity of the person, especially in the conditions of intensification of nature management; modern representations about concepts, strategies and practical tasks of sustainable development in various countries and RK; problems of ecology, environmental protection, sustainable development |  |
| BD 2 | CYCLE OF BASIC DISCIPLINES (BD) | 56 |
| 1 | Statistics | 5 |
|  | Subject, method and tasks of statistics. Statistical observation, its forms. Tasks and types of groups. Absolute value. Relative value. Power averages. Structural averages. Formulas for calculating the indicators of variation. The essence of selective observation. Methods and methods of selection of units in the sample. Series dynamics. Seasonal fluctuations in the series of intra-annual dynamics. Correlation and regression method of study. |  |
| 2 | Econometrics | 5 |
|  | Fundamentals of econometrics. Information base. Dynamic series. Pair regression model Construction of the pair regression equation. Regression coefficient. Nonlinear regression. Logarithmic, power regression models. Calculation and estimation of the parameters of the equation. Multiple linear regression. Methods of detecting multicollinearity. Construction of the equation by the method of step-by-step regression. Checking the overall quality of the equation. Checking the significance of regression coefficients. Interpretation of regression statistics values. |  |
| 3 | **Logistics** | 3 |
|  | The essence of the concept of logistics, its concept and principles. Material flows, logistics operations and systems. Procurement logistics. Production logistics. The logistics of distribution. Transport logistics. Information logistics. The inventory in logistics. Warehousing, processing and packaging of goods. Logistics activity. Logistics administration. Global logistics systems. |  |
| 4 | Accounting and auditing | 5 |
|  | Fundamentals of the organization of the accounting system, starting with the consideration of the role of accounting in the enterprise management system, the basic concepts and principles of accounting, balance sheet, system of accounts and double entry, moving to the issues of current and long-term assets, liabilities and capital of the economic entity. |  |
| 5 | Finance | 5 |
|  | The role of Finance in social reproduction. Financial system. Financial policy and financial mechanism. Finances of economic entities. Public finance. Taxes and organization of the tax system. State budget. State extra-budgetary funds. Public credit and public debt. The household finances. Insurance. State financial regulation of the economy. Financial market. Finance in the system of foreign economic relations.. Finance and inflation. |  |
| 6 | Bank marketing | 5 |
|  | The essence and functions of Bank marketing. Marketing environment of the Bank. Banking market research. Marketing analysis of the banking market. Banking service and its characteristics. Systems of distribution of banking services. Service policy of the Bank. Advertising and communication policy of the Bank. Marketing management in the Bank. |  |
| 7 | Marketing education | 3 |
|  | The concept of marketing education. Subjects and objects of marketing in education. Marketing environment of education. Segmentation of the education sector. Marketing strategies of educational services. Education quality management. Pricing in the market of educational services. Marketing management in an educational institution. Marketing communications of educational services. International education marketing. |  |
| 8 | Professional foreign language | 25 |
|  | Detailed reports on the subject. News and reports. Articles and reports on contemporary issues, contemporary fiction. Actively participate in a discussion on a familiar issue, explaining and defending your opinion. The statement of all arguments "for" and "against" on the actual problem. Writing essays, reports, letters highlighting particularly important events and impressions. |  |
| PD 3 | CYCLE OF PROFILE DISCIPLINES (PD) | 45 |
| 1 | Service marketing | 5 |
|  | Features of the service in the marketing concept. Marketing tools of the service sector. Marketing environment of the enterprise of the service sector. Marketing research in the service sector. Segmentation of the service market. Marketing of information and consulting services. Marketing of banking services. Marketing of transport services. Marketing of communication services. Marketing of rental services. Marketing of trade and intermediary services. Service marketing. |  |
| **2** | Brand marketing | 5 |
|  | The history of the development of the brand. The concept, essence and nature of the brand. Brand concept. Marketing policy of brand development. The positioning of the brand. Brand attributes. Brand identity. Creating a loyal attitude of consumers to the brand. Brand management and branding practice. Concept and measurement of brand capital. |  |
| **3** | Marketing communications | 5 |
|  | Theoretical foundations and modern concepts of marketing communications. Target audiences for marketing communications. Marketing communication channels. Solutions in the mix promotion system. Advertising. Organization of advertising activities. Planning and control of advertising. Sales promotion. Public relations. Personal sales. Relationship marketing. New communication technologies. Branding. Development of the promotion budget. Marketing communications in industries. |  |
| **4** | Internet marketing | 5 |
|  | The basics of Internet marketing. Integrated approach in Internet marketing. Internet promotion in the independent zone of search engines. Social networks, services and blogosphere. Contextual and banner advertising. The basics of SEO optimization. Evaluation of the effectiveness of Internet promotion. Internet marketing strategies. Creation and support of information fields on the Internet. The specifics of the functioning of online stores. Mobile Internet marketing. Internet promotion of investment projects. |  |
| 5 | Strategic marketing | 5 |
|  | The essence of the concept of strategic marketing. Scientific basis of strategic marketing and competitiveness management. Methods of development of standards of competitiveness, quality of standards. Strategic market segmentation. Strategic forecasting of needs. The essence, forms, methods and analysis of competition in the market. Theory, methodological basis management of competitive advantages. Principles and methods of competitiveness assessment. Organization of works on strategic marketing. Fundamentals of strategic branding. |  |