

**УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
ФАКУЛЬТЕТ «GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS»
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА»**



**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ
В МАГИСТРАТУРУ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
6M052000 «ДЕЛОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»**

Алматы, 2017

Учебная программа вступительных экзаменов в магистратуру составлена на основании Типовых правил приема на обучение в организации образования, реализующие профессиональные учебные программы послевузовского образования, утвержденных Постановлением Правительства РК от 19 января 2012 года № 109, для проведения вступительных экзаменов в магистратуру научно-педагогического и профильного направления по специальности (шифр) - 6M052000 «Деловое администрирование»

Одобрено на заседании Приемной комиссии, протокол № 11 от «02» 05 2017г.

Учебная программа вступительных экзаменов обсуждена на заседании кафедры «Менеджмента и Бизнеса», протокол № 11 от «18» апреля 2017г.

Проректор по учебной –методической работе, к.т.н., доцент



А.М. Махметова

Директор Graduate School of Business



Бектурганова А.М

Зав. кафедры «МиБ»
к.э.н., доцент



Н.С. Дулатбекова

1. Принципы и критерии оценки знаний на вступительных экзаменах

На экзамене оценивается уровень владения материалом в рамках вопросов Учебной программы по вступительным экзаменам в магистратуру, способность артикулировать необходимыми данными, базовыми понятиями и категориями, самостоятельно разрешить поставленную задачу и компетентно обосновать собственную точку зрения по поставленным вопросам. Оценки выставляются по следующим критериям:

«Отлично» — лицо, сдающее вступительный экзамен демонстрирует исчерпывающие знания по вопросам вступительного экзамена, исключительную профессиональную эрудицию и способность корректного и логически точного, всеобъемлющего изложения материала.

«Хорошо» - лицо, сдающее вступительный экзамен показывает свою компетентность в исследуемом вопросе с отдельными формальными погрешностями, при этом обладает креативными способностями самостоятельно обнаружить истину.

«Удовлетворительно» - лицо, сдающее вступительный экзамен удовлетворительно владеет информационным материалом, слабо прослеживает логические взаимосвязи отдельных частей экзаменационных вопросов, не способен самостоятельно критически мыслить и создавать конструктивные стратегии разрешения проблемы.

«Неудовлетворительно» - лицо, сдающее вступительный экзамен не освоил информационно-аналитический материал вступительного экзамена, навыки логического мышления не развиты, не раскрыты вопросы, заданные в экзаменационном билете по блоку дисциплин, включенных в экзаменационный билет.

Система перевода оценок по 100-балльной шкале оценок

Буквенная оценка	Цифровой эквивалент баллов	Баллы по 100-балльной шкале оценок	Баллы по 4-балльной шкале оценок
A	4,0	95-100	отлично
A ⁻	3,67	90-94	
B ⁺	3,33	85-89	хорошо
B	3,0	80-84	
B ⁻	2,67	75-79	
C ⁺	2,33	70-74	удовлетворительно
C	2,0	65-69	
C ⁻	1,67	60-64	
D ⁺	1,33	55-59	
D	1,0	50-54	
F	0	0-49	неудовлетворительно

2. Правила апелляции оценки на вступительном экзамене в магистратуру научно-педагогического и профильного направления по специальности - 6М052000 «Деловое администрирование»

Поступающий в магистратуру, не согласный с решением Приемной комиссии по процедуре оценки знаний по вступительному экзамену спецпредмету или отбора на бюджетные места в магистратуру, имеет право подать письменное апелляционное заявление.

В случае апелляции основанием для рассмотрения являются письменные записи в листе ответов.

В апелляционную комиссию включаются в качестве независимых экспертов представители департамента образования, доктора и кандидаты наук из других организаций образования и науки.

После рассмотрения апелляции выносится решение апелляционной комиссии об оценке по экзаменационной работе (как в случае ее повышения, так и понижения).

При возникновении разногласий в апелляционной комиссии по поводу поставленной оценки проводится голосование, и оценка утверждается большинством голосов.

3. Учебная Программа по вступительным экзаменам в магистратуру по направлению подготовки 6М052000 «Деловое администрирование» содержит следующие блоки специальных дисциплин, включенных в экзаменационные вопросы:

1. Менеджмент
2. Финансы
3. Маркетинг

Количество вопросов по 1 блоку «Менеджмент» составляет 35,0% от общего количества вопросов.

Количество вопросов по 2 блоку «Финансы» составляет 35,0% от общего количества вопросов.

Количество вопросов по 3 блоку «Маркетинг» составляет 30,0% от общего количества вопросов.

Общее положение

Программа вступительного комплексного экзамена включает три блока дисциплин: «Менеджмент», «Финансы», «Управление персоналом».

Программа предполагает знание, претендентами на магистерскую программу по специальности фундаментальных основ базовых дисциплин, изучаемых в рамках учебного плана высшего профессионального образования, а также умение применять эти знания при решении теоретических и прикладных задач.

В программу включены вопросы, в соответствии с:

а) содержанием программ основных дисциплин учебного плана высшего профессионального образования;

б) рекомендуемой учебной и научной литературой, нормативными правовыми актами.

РАЗДЕЛ 1. ДИСЦИПЛИНА «МЕНЕДЖМЕНТ»

Содержание

- Тема 1. Сущность и принципы менеджмента
- Тема 2. Концепции менеджмента и тенденции его развития за рубежом
- Тема 3. Организация как объект управления
- Тема 4. Внутренняя и внешняя среда организации
- Тема 5. Организационная структура управления
- Тема 6. Система менеджмента качества. Процессный подход
- Тема 7. Информационное обеспечение менеджмента
- Тема 8. Основные функции управления социально-экономическими процессами
- Тема 9. Управленческий труд и его специфика
- Тема 10. Процесс разработки управленческих решений
- Тема 11. Культура организации и стиль руководства
- Тема 12. Управление конфликтами

Тема 1. Сущность и принципы менеджмента

Понятие управления. Объекты и субъекты управления в рыночной экономике. Управление как наука и искусство.

Сущность и содержание понятия «менеджмент». Менеджмент как система научных подходов и сложная междисциплинарная наука, базирующаяся на знаниях в области экономики, психологии, права, социологии и других наук. Принципы менеджмента. Менеджмент в системе государственной службы и его роль в казахстанском обществе. Государственное управление и государственный менеджмент: общее и различие. Особенности менеджмента в государственных органах.

Тема 2. Эволюция школ и концепций менеджмента и тенденции его развития за рубежом

Модели управления как форма эволюции управленческой мысли. Формирование основных управленческих концепций и их развитие. Научные подходы к менеджменту: процессный, системный, ситуационный. Школы управления. Научная школа управления. Классическая школа. Школа человеческих отношений и ее развитие. Математическая школа. Системный и ситуационный подходы в теории менеджмента. Условия формирования казахстанской модели управления. Проблемы выбора модели управления.

Тема 3. Организация как объект управления

Понятие организации. Основные черты и виды организаций. Общие характеристики организаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления организаций. Характеристика организаций как объекта управления. Группировка однородных организаций и определение их общих черт. Роль организаций в экономике страны. Элементы проектирования организации. Критерии эффективности управления организациями.

Тема 4. Внутренняя и внешняя среда организации

Структура среды управления. Организационные элементы и характеристики. Основные составляющие внутренней и внешней среды организации. Взаимосвязь целей и организационной структуры. Сложная и простая деловая среда. Стабильная и нестабильная деловая среда. Неопределенность деловой среды и ее оценка. Взаимодействия государственных органов с деловой средой. Способы влияния на окружающую деловую среду.

Тема 5. Организационная структура управления

Основные элементы организационной структуры управления. Процесс формирования и изменения организационной структуры. Типы, виды организационных структур и принципы их построения. Иерархические (бюрократические) структуры управления: линейные, функциональные, линейно-функциональные, линейно-штабные, штабные, дивизиональные. Адаптивные (органические) структуры управления: матричные, сетевые, виртуальные.

Тема 6. Система менеджмента качества (СМК). Процессный подход

Сущность СМК. Документирование процесса управления. Принципы построения процессной модели. Процессный подход в менеджменте качества.

Тема 7. Информационное обеспечение менеджмента

Роль информации в управлении. Информация, ее свойства, влияние информации на эффективность управления. Основные принципы, задачи и функции внутрифирменной системы информации.

Тема 8. Основные функции управления социально-экономическими процессами

Анализ и эффективность управления. Прогнозирование и планирование в системе управления. Планирование как функция

управления. Понятие и состав функций управления. Понятие и сущность планирования. Функции, принципы планирования. Этапы процесса планирования. Понятие и сущность стратегического планирования. Стратегия управления экономикой Казахстана.

Организация и координация как функция управления. Коммуникация как функция управления. Модели мотивации и стимулирования в управлении. Контроль как функция управления. Тенденции развития, современные проблемы и перспективы контроля. Стратегия и стратегическое управление.

Полномочия и личное влияние, руководство в организации, формы власти и влияние. Обзор теорий лидерства.

Оценка и факторы повышения эффективности управления. Критерии и показатели эффективности управления.

Тема 9. Управленческий труд и его специфика

Управленческий труд и его специфика. Категории управленческих работников. Типы менеджеров. Функции менеджера. Роль менеджера в государственных органах. Современные требования к профессионализму и компетентности руководителей государственных учреждений. Основные типы деятельности менеджера с целью изменения организации государственного органа.

Тема 10. Процесс разработки управленческих решений

Этапы процесса принятия решения. Технология разработки и реализации управленческих решений. Требования к процессу разработки управленческого решения. Качество решений и качество процесса.

Тема 11. Культура организации и стиль руководства

Понятие, структура и сущность организационной культуры. Определение «сильной» и «слабой» организационной культуры. Культура организации как фактор эффективности. Экономическая функция организационной культуры. Инновационная культура организации. Управление организационной культурой. Взаимовлияние культуры

организации и стиля руководства. Коммуникационная культура в государственных органах.

Тема 12. Управление конфликтами

Конфликты: понятие и сущность. Типы конфликтов. Причины конфликтов в организации. Стили разрешения конфликтов.

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Мескон Майкл Х., Альберт Майкл, Хедоури Франклин Издательство: Вильямс, 2016 г.
2. Дамитов С.К. Основы современного менеджмента. Учебник – Алматы, 2012
3. Питер Дойли «Менеджмент: стратегия и тактика». Учебник- Питер, 2004
4. Дафт Р. Менеджмент. 9-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 864с.: ил. – (Серия «Классика МВА»).
5. Александр Егоршин: Основы управления персоналом. Учебное пособие. Издательство: ИНФРА-М, 2011 г.
6. Кубаев К.Е. Теория и практика менеджмента. Учебное пособие для вузов. Алматы: КазНУим.Аль-Фараби, 2008 г.- 427 с
7. СтивенП. Роббинс, МэриКоултер. Менеджмент. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.
8. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Общий и специальный менеджмент: Учебник. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 568 с.
9. Травин В. В., Магура М. И., Курбатова М. Б. Мотивационный менеджмент: Модуль III: Учеб.-практич. пособие. – М.: Дело, 2005. – 96 с.

Дополнительная литература

1. Адизес И.К. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
2. Адизес И.К. Стили менеджмента. Эффективные и неэффективные / Пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишер», 2009.
3. Якокка Ли, Новак Уильям. Карьера менеджера / Пер. с англ. – М.: Издательство: Попурри, 2014 г.
4. Сагадиев, К.А. О роли управленческих кадров в современных условиях/ К. А. Сагадиев // 3-ий Астанинский экономический форум. - Астана: Дворец Независимости: 2010. -1-2 июля.– С.3.
5. Беккер Й. Менеджмент процессов: пер.с нем.- М.: Эксмо, 2008. – 358 с.

Официальные документы

1. Назарбаев Н.А. Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства: Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 14 декабря 2012 года.
2. Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 6 апреля 2015 года № 1030. <http://www.akorda.kz/>
3. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года утвержден Указом Президента Республики Казахстан № 922 от 1 февраля 2010 года. <http://www.akorda.kz/>
4. Государственная программа индустриально-инновационного развития утверждена Указом Президента Республики Казахстана № 874 от 1 августа 2014 года. <http://www.akorda.kz/>

РАЗДЕЛ 2. ДИСЦИПЛИНА «ФИНАНСЫ»

Тема 1. Сущность и функции финансов

Понятие финансов как стоимостной экономической категории. Деньги и финансы. Необходимость финансов, определяемая объективными и субъективными причинами. Природа финансов. Товарно-денежные отношения и финансы. Роль финансов в распределении и перераспределении ВВП.

Участники финансовых отношений. Состав финансов, сферы их действия. Специфические признаки финансов, границы их действия в системе товарно-денежных отношений.

Функции финансов. Эволюция взглядов экономистов на функции финансов. Распределительная и воспроизводственная концепции финансов.

Взаимосвязь финансов с другими экономическими категориями (ценой, оплатой труда, кредитом).

Тема 2. Организация финансовой системы

Понятие «система» применительно к финансам. Элементы системы финансов, отражающие качественные подходы к характеру функционирования категории. Признаки классификации финансовой системы. Части и звенья финансовой системы, совокупно определяющие сущность объектов финансовых отношений. Структура финансовой системы по функциональному признаку. Схемы финансовой системы. Финансовая система в «широком» и «узком» представлении. Понятие совокупной денежно-финансовой системы.

Основные принципы организации финансовой системы. Роль и значение этих принципов в целостном восприятии финансов.

Тема 3. Финансовая политика и финансовый механизм

Понятие, задачи, цели и принципы финансовой политики. Финансовая стратегия и финансовая тактика. Взаимосвязь финансовой политики и финансового механизма.

Понятие об управлении финансами. Принципы, элементы управления. Необходимость совершенствования управления финансами. Финансовый аппарат, его структура. Финансовый аппарат управления хозяйствующих субъектов. Понятие финансового менеджмента.

Принципы, методы, этапы финансового планирования. Система финансовых планов.

Понятие финансового контроля, его объективная обусловленность, предпосылки проведения. Принципы и задачи финансового контроля. Классификация финансового контроля. Аудит, его особенности, задачи, организация, эффективность.

Органы финансового контроля, их права и обязанности.

Тема 4. Финансы хозяйствующих субъектов

Содержание финансов хозяйствующих субъектов. Функции и основные черты финансов хозяйствующих субъектов. Классификация хозяйствующих субъектов по разным признакам. Организационно-правовые аспекты деятельности хозяйствующих субъектов разных форм собственности. Коммерческая и некоммерческая деятельность, ее отражение на организации финансов субъектов хозяйствования.

Принципы организации финансов хозяйствующих субъектов, действующих на коммерческих началах. Финансовые фонды коммерческих хозяйствующих субъектов, основы их формирования и использования. Экономическая природа, состав, структура основного капитала корпораций. Амортизация и её роль в

обновлении основного капитала корпораций. Экономическое содержание, принципы организации оборотного капитала корпораций и его классификация.

Доход от реализации продукции, валовой доход, их распределение. Издержки хозяйствующих субъектов. Чистый доход корпорации, его значение и распределение.

Собственный капитал корпораций, его состав, структура и роль в деятельности корпорации. Состав заемного капитала и оценка стоимости его привлечения.

Финансовый менеджмент в компаниях, фирмах, условия его осуществления.

Характеристика некоммерческой деятельности, ее виды. Материальная основа деятельности некоммерческих организаций и учреждений. Методы ведения хозяйства в некоммерческой сфере.

Источники финансирования организаций и учреждений. Различия в структуре расходов, определяемые видом деятельности. Экономическая классификация расходов в индивидуальных планах финансирования учреждения (сметах). Принципы финансирования некоммерческой сферы деятельности в современных условиях.

Тема 5. Общая характеристика государственных финансов. Государственные доходы и расходы

Понятие и состав государственных финансов, краткая характеристика их звеньев. Особенности функционального содержания государственных финансов, их классификационные черты, отражение в структуре финансовой системы.

Понятие, состав и структура государственных доходов. Классификация государственных доходов.

Понятие государственных расходов. Система государственных расходов, принципы их организации. Состав и структура государственных расходов. Соотношение государственных доходов, государственных расходов и финансовых ресурсов.

Классификация государственных расходов. Финансирование экономики. Характеристика основных видов расходов на экономику. Финансовые резервы и их значение для сбалансированного развития экономики. Финансирование научно-технического прогресса. Расходы на социально-культурные мероприятия. Расходы на образование, здравоохранение, культуру, средства массовой информации, социальное страхование и социальное обеспечение. Расходы на управление и оборону

Тема 6. Налоги и организация налоговой системы

Понятие налогов, их сущность. Функции налогов. Эволюция налогов и их функций с развитием государства и совершенствованием товарно-денежных отношений. Принципы налогообложения и рациональной организации налогов.

Классификация налогов по разным признакам. Виды налогов в Республики Казахстан. Налоговый кодекс. Элементы налога как основа организации и взимания. Косвенные налоги, организация их взимания. Роль налога на добавленную стоимость. Акцизы, их фискальная и регулирующая роль. Прямые налоги, их роль и организация взимания. Корпоративный подоходный налог как основной вид прямых налогов. Индивидуальный подоходный налог, его роль в регулировании доходов населения. Налоги и специальные платежи налогоплательщиков, их значение в рациональной разработке и расходовании природных ресурсов. Налоги на собственность: земельный, на имущество, на транспортные средства; их назначение и роль в доходах местных бюджетов. Налог на игорный бизнес. Специальные налоговые режимы. Сборы, пошлины и платежи, их роль в формировании доходов бюджетов.

Работа налоговой службы по обеспечению налоговых поступлений. Налоговое администрирование. Налоговые санкции.

Тема 7. Государственный бюджет

Сущность государственного бюджета, его специфические признаки. Государственный бюджет как основное звено финансовой системы, его функции.

Материально-вещественное воплощение бюджетных отношений.

Структура государственного бюджета. Доходы государственного бюджета, их состав и структура. Налоги как основной вид доходов бюджета. Расходы государственного бюджета, их состав и структура. Бюджетные кредиты. Баланс бюджета.

Бюджетная классификация.

Бюджетный кодекс Республики Казахстан.

Бюджетная система и бюджетное устройство. Принципы построения бюджетной системы. Состав бюджетной системы Республики Казахстан. Консолидированный бюджет, республиканский бюджет, местные бюджеты.

Бюджетный процесс, его этапы. Бюджетное планирование. Исполнение бюджета.

Сущность местных финансов, их место в составе финансовой системы. Доходы и расходы местных бюджетов.

Тема 8. Государственные внебюджетные фонды

Необходимость и сущность государственных внебюджетных фондов. Классификация внебюджетных фондов. Внебюджетные фонды местных органов управления.

Социальные внебюджетные фонды. Государственный накопительный пенсионный фонд. Фонд социального страхования, особенности его формирования и использования.

Внебюджетные фонды экономического назначения как финансовые источники реализации Стратегии индустриально-инновационного развития Казахстана.

Тема 9. Государственный кредит и государственный долг

Сущность и назначение государственного кредита. Функции государственного кредита. Факторы, влияющие на масштабы мобилизации средств населения, хозорганов кредитными методами. Влияние государственного кредита на состояние денежного обращения.

Виды, формы и методы государственного кредита.

Займы, их классификация и эффективность финансирования потребностей государства. Государственные ценные бумаги, их виды и характеристика. Эмиссия государственных ценных бумаг, проблемы их размещения на финансовом рынке. Заимствования местных исполнительных органов.

Международный государственный кредит, его формы. Понятие государственного долга, его виды. Управление государственным долгом. Внешний государственный долг.

Тема 10. Финансы домашних хозяйств

Домашние хозяйства как субъекты экономической деятельности. Сущность финансов домашних хозяйств, содержание их функций.

Понятие финансовых ресурсов домашних хозяйств, их состав и структура,

Бюджет домашних хозяйств. Формирование доходов. Денежные фонды: индивидуальные, совместные.

Доходы домашних хозяйств и их классификация. Валовой доход домохозяйств. Постоянный и временный доходы домохозяйства. Роль оплаты труда в формировании доходов домохозяйств.

Предпринимательская деятельность граждан, ее виды. Распределение дохода от предпринимательской деятельности.

Расходы домашних хозяйств, их классификация и структура. Расходы домашних хозяйств на конечное потребление и накопление.

Тема 11. Страхование

Экономическая сущность страхования, сферы его действия.

Общие черты категорий страхования и финансов.

Группировка отношений страхования по целевой направленности, их характеристика.

Страховые фонды, методы их образования и направления использования. Развитие страховых отношений в условиях рыночной экономики, коммерциализация страхового дела.

Сущность и объективная необходимость социального страхования. Социальная защита населения. Политика государства в сфере социального страхования. Законодательство о социальном страховании. Обязательное государственное и добровольное социальное страхование.

Фонды социального страхования, принципы их формирования, взаимосвязь, проблемы формирования и использования.

Вопросы социальных гарантий в рыночной экономике.

Особенности имущественного и личного страхования, его экономическая сущность и функции. Классификация имущественного и личного страхования.

Страховое дело: основные понятия и термины. Организация управления имущественным и личным страхованием. Страховой надзор. Развитие страхового рынка в Казахстане.

Тема 12. Финансы и инфляция

Факторы действия инфляции. Взаимосвязь и взаимодействие инфляции и финансов. Измерение инфляции. Виды и типы инфляции. Особенности инфляции спроса (потребителей) и инфляции предложения (производителей).

Социально-экономические последствия инфляции. Обесценение денежных доходов и сбережений. Перераспределения доходов и богатства. Материализация денежных средств. Снижение инвестиционной деятельности. Скрытая конфискация денежных средств у населения и предприятий. Ухудшение управляемости экономикой, инфляция и безработица. Особенности инфляции в Казахстане.

Мероприятия адаптационной политики. Антиинфляционная политика государства. Денежно-кредитные мероприятия. Регулирование цен и оплаты труда. Налоговая и бюджетная политика в сфере внешнеэкономической деятельности. Инфляционное таргетирование.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Ли В.Д., Садыкова Р.Б. Общий курс финансов. Учебник.- Алматы, 2012г., - 306 с.
2. Мельников В. Д. Финансы: учебник / В. Д. Мельников; Министерство Образования и Науки РК. - Алматы: ТОО "Print-S", 2011. - 603 с.

3. Государственный бюджет: учебник / С. М. Омирбаев, С. Ж. Интыкбаева [и др.]. - Алматы: Дәуір, 2011. - 632 с.
4. Интыкбаева С.Ж. Государственные финансы – Алматы: Эверо, 2012- 86 с.
5. Финансы: учебник под ред. А.Г. Грязновой, Е.В. Маркиной. - М.: Финансы и статистика, 2010.- 496с.
- 6.
7. Дополнительная литература:
8. Ковалев В.В. Основы теории финансового менеджмента. Москва. Проспект, 2012 г. – 478 с.
9. Серкебаева Р.К., Смагулова Р.У. Финансы. Алматы. Bookprint. 2014 - 320 с.
10. Серкебаева Р.К. Фондовые рынки и биржевое дело. Алматы. Принт, 2011 - 395 с.
11. Ричард А. Масгрейв, Пегги Б. Масгрейв. Государственные финансы: теория и практика. Учебник, 2011- 716 с.
12. Финансы: учебник /Барулин С.В.-2-е изд.,стерю-М.:КНОРУС,2011._640с.
- 13.
14. Законодательные и нормативные акты:
- 15.
16. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 30 ноября 2015 г. «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие»
17. Указ Президента Республики Казахстан от 9 июня 2014 года № 627 «Об утверждении Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы»
18. Бюджетный кодекс Республики Казахстан (с изменениями и дополнениями по состоянию на 07.04.2016 г.)
19. Закон Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2015 -2017 годы» (с изменениями и дополнениями от 30.11.2015 г.)
20. Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2016 г.)
21. Закон Республики Казахстан от 2 июля 2003 года № 461-ІІ «О рынке ценных бумаг» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.03.2016 г.)

РАЗДЕЛ 3. ДИСЦИПЛИНА «МАРКЕТИНГ»

Содержание

- Тема1 Введение
- Тема 2 Основные категории маркетинга
- Тема 3. Маркетинговая среда
- Тема 4. Маркетинговый анализ
- Тема 5. Анализ покупательского поведения потребителей
- Тема 6 Сегментирование рынка в маркетинге
- Тема 7. Маркетинг товарной политики
- Тема 8. Маркетинг ценовой политики.
- Тема 9 Маркетинг системы распределения.
- Тема 10 Маркетинг товарной политики.
- Тема 11 Комплекс продвижения товара (promotion-mix).
- Тема 12 Маркетинговый контроль.

Тема1 Введение

Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга. Социально-экономическое содержание, специфика и эволюция маркетинга как науки.

Объекты и субъекты, цели, принципы, процесс и функции маркетинга.

Тема 2 Основные категории маркетинга

Комплекс маркетинга и его основные элементы: товар, цена, распределение и продвижение. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса: конверсионный развивающийся, ремаркетинг, синхромаркетинг, стимулирующий поддерживающий, демаркетинг, противодействующий.

Основные концепции маркетинга: совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и социально-этичного маркетинга. Их сущность, особенности и условия применения.

Тема 3. Маркетинговая среда

Понятие маркетинговой среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды: взаимосвязь между ними. Микросреда и ее основные субъекты: фирма, поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, аудиторы. Организация маркетинга на предприятии. Основные виды организационной структуры управления маркетингом на фирме. Макросреда функционирования фирмы и ее основные факторы: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурного окружения.

Тема 4. Маркетинговый анализ

Основные направления анализа рынка: оценка конъюнктуры, определение емкости и доли рынка. Классификация товарных рынков. Понятие сегментации рынка. Основные принципы сегментации потребительских рынков: географический, демографический, психологический поведенческий. Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Позиционирование товара на рынке. Факторы, определяющие позицию товара на рынке. Выбор и реализация стратегии позиционирования.

Тема 5. Анализ покупательского поведения потребителей

Понятия «потребность», «потребитель», «покупатель», «рынок покупателя», «рынок продавца». Личные потребности потребителей: абсолютные и относительные. Модель покупательского поведения, ее составляющие. Характеристики покупателя на потребительском рынке. Основные факторы, влияющие на покупательское поведение. Типы потребителей. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке.

Тема 6 Сегментирование рынка в маркетинге Основные принципы сегментирования потребительских рынков: по географическим признакам, по демографическим признакам, по психографическим признакам, по поведенческим признакам.

Выбор целевых сегментов рынка. Оценка сегментов рынка. Различные типы целевых рынков Выбор целевых сегментов рынка. Оценка сегментов рынка. Различные типы целевых рынков

Процесс позиционирования товара на рынке. Выбор критериев при позиционировании. Последовательность действий при позиционировании на рынке. Карты позиционирования. Стратегии позиционирования. Перепозиционирование товара.

Тема 7. Маркетинг товарной политики

Понятие товара. Трехуровневая модель товара. Конкретный продукт, расширенный продукт, обобщенный продукт. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). Понятие и этапы ЖЦТ. Товарный знак, его сущность и функции. Практика присвоения марочных названий. Закон Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Упаковка и маркировка товара. Функции упаковки. Основные элементы упаковки. Требования, предъявляемые при разработке упаковки.

Сущность, цели и задачи товарной политики. Товарный ассортимент. Широта, насыщенность, глубина и сопоставимость товарной номенклатуры. Новый товар. Концепция разработки нового товара.

Тема 8. Маркетинг ценовой политики.

Цена и ее роль в системе маркетинга. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, функция сбалансированности спроса и предложения, рационального размещения производства. Виды цен и их характеристика. Методика расчета исходной цены на товар. Факторы, воздействующие на цены: внутренние и внешние. Основные подходы к ценообразованию: ценообразование на основе себестоимости, ценности товара, конкуренции. Ценовые стратегии фирмы: завышенная, скользящая, проникновения на рынок, последующая, сегментная, на основе стоимости, ниже стоимости, упреждающее ценообразование.

Рыночная корректировка цен. Скидки и зачеты: количественные, за оплату наличными, функциональные, сезонные, стимулирующие. Дискриминационные цены: понятие, факторы и условия их применения.

Тема 9 Маркетинг системы распределения.

Понятие канала распределения, его значение и функции. Уровни каналов распределения, их структура. Определение типов и числа посредников. Сбытовые стратегии: интенсивная, избирательная, эксклюзивная, их сущность, достоинства и недостатки. Факторы, влияющие на сбытовые стратегии. Вертикальные маркетинговые системы: типы, цели, специфика.

Тема 10 Маркетинг товарной политики.

Товародвижение: сущность, цели, элементы. Каналы товародвижения: прямые, косвенные, смешанные, их сравнительная характеристика. Длина и ширина канала. Элементы и структура затрат комплекса товародвижения.

Оптовая торговля: ее сущность и значение. Функции оптовой торговли. Формы оптовой торговли: лизинг инжиниринг, франчайзинг.

Розничная торговля: понятие, функции, виды. Классификация предприятий розничной торговли: по объему услуг, товарному ассортименту, характеру торгового обслуживания, отношению к ценам, принадлежности и концентрации магазина.

Тема 11 Комплекс продвижения товара (promotion-mix).

Коммуникационные стратегии: стратегия проталкивания, стратегия вытягивания, смешанная стратегия. Методы разработки бюджета продвижения: финансирование «от возможностей», «фиксированного процента», «соответствия конкуренту», на основе максимальных расходов, целей и задач, учета программы маркетинга.

Реклама: цели, виды, средства распространения. Виды рекламы: информативная, увещательная, напоминающая. Разработка рекламного бюджета.

Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды средств стимулирования сбыта. Разработка программы стимулирования сбыта. Пропаганда («паблисити»): определение, функции, область применения, средства пропаганды. Личные продажи: значение, роль и особенности. Роль и задачи торговых агентов.

Тема 12 Маркетинговый контроль.

Типы контроля: контроль выполнения годовых планов, контроль рентабельности по различным товарам, территориям, сегментам рынка, торговым каналам. Ревизия маркетинга.

Список литературы по дисциплине «Маркетинг»

Основная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014. – 752 с
2. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент, 14-е издание - СПб.: Питер -2014. - 800 с.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бэст. – М.: МИФ, 2015.-760 с
4. Манн, И. Маркетинг на 100% /И. Манн. – М.: МИФ, 2011.- 256 с.
5. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: Инфра-М, 2014.- 631с

Дополнительная литература:

1. Бэквит, Г. Продавая незримое Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Бэквит. – М.: Альпина-Паблицер, 2011.-224 с
2. Иванов, Л. Маркетинговый конвейер / Л. Иванов. – М.: Иванов и партнеры, 2014.- 210 с
3. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011.-240 с
4. Рукавишников, А. Интеллектуальный маркетинг/ А. Рукавишников. – М.: ЭКСМО, 2010.- 320 с
5. Смыкова М.Р. Маркетинг индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.Р. Смыкова, О.Ж. Устенова.- Алматы: ЛЕМ, 2011.-240 с