



КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

Для обучающихся по направлению подготовки 6В041 Бизнес и управление
Краткое описание элективных дисциплин образовательной программы

ГОП	ОП	Форма обучения	Название дисциплины	Код дисциплины	Цикл дисциплины	Компонент	Количество кредитов	Уровень подготовки	Кафедра	Курс	Академический семестр	Пререквизиты	Постреквизиты	Краткое содержание дисциплины	Результаты обучения	Название альтернативной дисциплины
D075 - «Маркетинг и реклама»	8D04105 - «Маркетинг»	Очное (докторантура и-п. 3 года) триместр	Методология маркетинговых исследований	МММ 7202	БД	Компонент по выбору	5.0	Докторантура по направлениям (научно-педагогическое)	Менеджмент и маркетинг	1	1	Исследовательская практика	Изучаемая дисциплина является базой для будущей профессиональной деятельности.	Основные понятия, принципы и виды маркетинговых исследований. Правовые и этические основы маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: понятия, виды, особенности работы. Методы сбора информации. Процедура маркетинговых исследований. Постановка задачи маркетингового исследования. Разработка программы маркетингового исследования. Реализация исследования. Подготовка и контроль работы полевого персонала. Обработка и анализ информации. Простое и перекрестное табулирование. Проектирование итоговых таблиц. Статистика средних дисперсионный и ковариационный анализ. Корреляционный и регрессионный анализ. Факторный и кластерный анализ	Способен демонстрировать системное понимание области изучения, мастерство в части умений и методов исследования, используемых в данной области; Компетентен содействовать развитию общества, основанного на знаниях. Организует теоретическое и практическое обучение, в соответствии с отраслью подготовки обучающихся вуза; Знает механизмы внедрения научных разработок в практическую деятельность и о педагогической и научной этике ученого-исследователя; о нормах взаимодействия в научном сообществе;	Методология современного педагогического менеджмента и стратегического управления
D075 - «Маркетинг и реклама»	8D04105 - «Маркетинг»	Очное (докторантура и-п. 3 года) триместр	Методология современного педагогического менеджмента и стратегического управления		БД	Компонент по выбору	5.0	Докторантура по направлениям (научно-педагогическое)	Профессиональное образование	1	1	Исследовательская практика	Изучаемая дисциплина является базой для будущей профессиональной деятельности.	Педагогический менеджмент, его цель и сущность. Правовые аспекты менеджмента. Профессионализм преподавателя как проблема педагогического менеджмента. Причины и характер формализма в педагогических системах и в управлении ими. Теоретико-методологические аспекты системного подхода. Реальное время и принципы НОТ в педагогической системе. Взаимодействие субъектов педагогической системы. Модель корпоративного управления, мотивация педагогического персонала. Организационная компетентность современного руководителя организации ТПО. Методика мониторинговой деятельности в организациях технического и профессионального образования	Способен демонстрировать системное понимание области изучения, мастерство в части умений и методов исследования, используемых в данной области; Компетентен содействовать развитию общества, основанного на знаниях. Организует теоретическое и практическое обучение, в соответствии с отраслью подготовки обучающихся вуза; Знает механизмы внедрения научных разработок в практическую деятельность и о педагогической и научной этике ученого-исследователя; о нормах взаимодействия в научном сообществе;	Методология маркетинговых исследований

D075 - «Маркетинг и реклама»	8D04105 - «Маркетинг»	Очное (докторантура н-п. 3 года) триместр	Теория непрерывного профессионального образования	TNPO 7301	ПД	Компонент по выбору	5.0	Докторантура по направлениям (научно-педагогическое)	Компьютерные науки	1	3	Исследовательская практика	Изучаемая дисциплина является базой для будущей профессиональной деятельности.	Типология и механизмы формирования, оценки и оптимизации маркетинговых стратегий образовательных учреждений. Сегментация маркетинга образовательных услуг. Продвижение образовательных услуг на рынок. Исследование и прогнозирование конъюнктуры рынка образовательных услуг. Дифференциация потребителей образовательных услуг.	Способность исследовать конъюнктуру рынка образовательных услуг, прогнозировать и продвигать образовательные услуги	Маркетинг образовательных услуг
------------------------------	-----------------------	---	---	-----------	----	---------------------	-----	--	--------------------	---	---	----------------------------	--	---	---	---------------------------------

Каталог элективных дисциплин утвержден на совете экономического факультета протокол № 12 29.06 2023 год.

И.о. Заведующего кафедрой менеджмента и маркетинга, к. э. н., профессор



Нукешева А. Ж.