

Пәні бойынша оқыту  
бағдарламасының (Syllabus)  
титулдық парағы

Нысан  
ПМУ ҰС Н 7.18.3/37

Қазақстан Республикасының білім және ғылым министірлігі  
С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті  
Қаржы-экономикалық факультеті  
Қаржы кафедрасы

5B050900 «Қаржы» мамандығының студенттеріне арналған  
«Қаржылық қызметтің маркетингі»

**ПӘНІ БОЙЫНША ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ  
(Syllabus)**

Павлодар

**БЕКІТЕМІН**

ҚЭФ деканы

\_\_\_\_\_ Т.Я. Эрназаров  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 ж

Құрастырушы: аға оқытушы Амерханова А.Х. \_\_\_\_\_

Қаржы кафедрасы

5B050900 «Қаржы» мамандығының күндізгі оқу нысанындағы  
студенттеріне арналған «Қаржылық қызметтің маркетингі»  
**пәні бойынша оқыту бағдарламасы (Syllabus)**

Бағдарлама «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_ж. бекітілген жұмыс оқу бағдарламасының негізінде  
әзірленген.

200\_ж. «\_\_\_» \_\_\_\_\_ кафедра отырысында ұсынылған № \_\_\_\_\_ хаттама.

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_ Н.С. Кафтункина 20\_ ж. «\_\_\_» \_\_\_\_\_

Факультет \_\_\_\_\_ оқу-әдістемелік \_\_\_\_\_ кеңесімен  
құпталған \_\_\_\_\_ 20\_ ж. «\_\_\_» \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_  
хаттама

ОӘК төрағасы \_\_\_\_\_ А.Б. Темиргалиева 20\_ ж. «\_\_\_» \_\_\_\_\_

## 1 Оқытушылар туралы мәліметтер және байланысу ақпараттары

**Амерханова Айгерим Хайруллақызы** – «Қаржы» кафедрасының аға оқытушысы.

## 2 Пән туралы мәліметтер

Дәрісханалық уақытының жұмыс түріне қарай бөлінуі күнтезбелік жоспарда келтірілген. «Қаржылық қызыметтің маркетингі» элективті компонентер пәндеріне кіреді.

## 3 Пәннің еңбек сыйымдылығы

Семестр	Кредиттар саны	Аудиториялық сабақ түрлері бойынша қарым-қатынас сағаттарының саны						Студенттің өздік жұмысының сағат саны		Бақылау нысаны
		барлығы	Дәріс	практика	Зертханалық	студиялық	жеке	барлығы	СОӨЖ	
4	2	30	15	15				60	30	

## 4 Пәннің мақсаты және тапсырмасы

Пәннің мақсаты – тыңдаушылардың терең білім алу және Қазақстандағы шетел мемлекет банктердің жұмыс істеу үлгісіне көшу шартында республикамыздың экономикасында шет мемлекеттегі технологияларын қолдану негіздерін білу.

Пәннің оқыту міндеті:

- студенттердің дәстүрлі және дәстүрлі емес операциялардың оқытылуы;
- банк жүйесіндегі барлық деңгейлердің байланыс жасау қызметін оқуы;
- банктің қаржылық жағдайын бағалап білу.

## 5 Білімге, икемділікке және машықтарға қойылатын талаптар

Пәнді зерттеу нәтижесінде сіз білуге тиіссіздер:

- Қазақстан Республикасының Ұлттық банкінің қаржылық нарығын және қаржылық кәсіпорындардың қызмет етуін реттеу және бақылау. Қазақстан Республикасы Агенттігінің негізгі нормативтік құжаттарын білу;
- банк операцияларының түрлерін білу;
- банк жұмысының негізгі ұстанымдарын білу;
- банк ісін ұйымдастыру.

Тәжірибелік сабақтарға қатысып және СӨЖ тапсырмаларын орындап сіз істей білуіңіз қажет:

- банк жұмысының әртүрлі облысы бойынша талдау;
- ұзақ мерзімде орындалатын жоспарларды дәлелдеу;
- банк қызметін анықтайтын экономикалық көрсеткіштерді бақылау болып саналады.

### **6 Пререквизиттер.**

Ізашар пәндердің тізімі: «Маркетинг негізі», «Банктік іс», «Корпоративтік қаржы», «Сақтандыру»

### **7 Постреквизиттер**

Пәннің постреквизиттері - «Ақша, несие, банктер», «Қаржы менеджменті», «Бағалы қағаздар нарығы», «Жобаларды талдау» сияқты пәндерді зерттеу нәтижесінде алған білімдерге негізделген.

## 8 Пәннің тақырыптық жоспары

### 8.1 5B50900 «Қаржы» мамандығы күндізгі оқыту түрі

<b>ПӘННІҢ ТАҚЫРЫПТЫҚ ЖОСПАРЫ</b>				
<b>№</b>	<b>Тақырыптың атауы</b>	<b>Сағат көлімі</b>		
		<b>Дәріс</b>	<b>Тәжірибелік сабақ</b>	<b>СӨЖ</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Пән, курстың мазмұны мен міндеті	2	1	10
2	Маркетингтің базалық негіздері	2	1	10
3	Қаржылық қызмет көрсетудің мәні	5	3	10
4	Банктік қызмет көрсету нарығын сегменттеу	4	2	10
5	Банктік маркетингтің негізгі элементі	3	2	10
6	Сақтандыру қызметін көрстеу маркетингі	4	2	10
7	Консалтинг қаржылық қызметінің маркетингі	4	2	10
8	Маркетинг жүйесіндегі контроллинг	4	1	10
9	Маркетинг қызметінің аудиті	2	1	10
<b>Барлығы</b>		<b>30</b>	<b>15</b>	<b>90</b>

## **9 Пәннің қысқаша сипаттамасы**

Қазақстан Республикасының банктер жүйесі ұлттық экономиканың басқа секторларымен салыстарғанда нарық талабына сай өзгерістерді жедел қабылдайтын және экономикалық базистегі өндірістік қатынастар мен өндіргіш күштердің даму заңдылықтарына тез сыңай танытатын, салыстырмалы дербестігі бар ақша секторы. Қазақстан банк секторы қаржы нарығының ең жақсы дамыған сегменті. Қазақстан Республикасында екі деңгейлі банктер жүйесінің дамуының жаңа кезеңі басталды. Екінші деңгейдегі банктердің халықаралық стандартқа сәйкес қызмет етуі Қазақстан Республикасы қаржылық қадағалау Агенттігінің коммерциялық банктердің сапасына талапты күшейтті. Бұған бір жағынан банкаралық бәсекенің ықпалы өсер етсе, ал екінші жағынан шет ел капиталының банк секторына енуі қозғауды. Қазақстан экономикасына шет ел инвестицияларын тартумен қатар еліміздегі сыртқы экономикалық қатынастар да дамуда. Ал бұл процесс ез кезегінде банк менеджменттің сапасын халықаралық деңгейге көтеруді талап етеді. Міне осыған байланысты банктер жүйесіне теориялық әзірлігі терең және практикалық қабілет мол мамандар дайындау мәселесі де жаңа белеске көтерілді. Банктер жүйесінің инфляцияны тежеуде, нақты секторды инвестициялауда, ақша айналымын ұйымдастыруда және экономиканы макродеңгейде реттеуде атқаратын рөлі арта түсті.

## **10 Курс компоненттері**

### **10.1 Дәріс сабақтарының мазмұны**

#### **1 тақырып Пән, курстың мазмұны мен міндеті**

Қаржылық нарық оның объектісі мен субъектісі. Экономиканың дамуындағы қаржылық жүйенің маңызы мен рөлі. «Қаржылық қызмет көрсету маркетингі» және «Қаржылық қызмет көрсету».

Маркетинг ең алдыңғы шаруашылық басқару саласы. Маркетингі анықтау классификациясы. Маркетингі жүзеге асыру үрдісі. Шаруашылық субъектінің маркетингтік қызметін ұйымдастыру.

#### **2 тақырып Маркетингтің базалық негіздері**

Маркетингтің терминологиясын базалық анықтау. Маркетингтің өнімге және тұтынушыға бағдары. Ықпалдастық маркетинг.

- Мақсатты бағыттағы және екі сатылы маркетинг;
- Жабық және ашық жүйедегі маркетинг;
- Саралап жіктеу, саралап жіктелмеген шоғырланған маркетинг;
- Өнімге сұраныстан тұратын маркетингтің түрлері;
- Маркетингтің өндірістік тұжырымдамасының сипаттамасы және негізгі принципі. Сауда тұжырымдамасының ерекшелігі. Дәстүрлі маркетингтің тұжырымдасының мазмұны. Әлеуметтік тұжырымдаманың ерекшелігі мен мәні.

#### **3 тақырып Қаржылық қызмет көрсетудің мәні**

Қаржылық компанияның өнімді стратегиясы және қаржылық қызмет көрсетудің жалпы ерекшелігі. Банктік қызмет көрсетудің өнімдік белгісі. Банктің өнімдік стратегиясындағы олардың классификациясының белгілері мен несиелік қызмет көрсету.

Депозиттердің маңызды типтері және олардың сипаттамасы. Банктердің инвестициялық операциялары. Банктік басқа да қызмет көрсету: тстовтық операциялар, бағалы заттарды сақтау бойынша қызмет көрсету есеп- айыру кассалық қызмет көрсетуді ұйымдастыру, шетелдік валютамен операция және т.б.

Лизингтің маңызы: негізгі шегі, коммерциялық несиеден ерекшелігі, объектілер мен субъектілердің лизингілік мәмілесі, лизингтің классификациялық белгісі.

Факторингтің белгісі және оның шектелуі. Факторингтік операциялардың түрлері. Факторингтік келісімдердің типтері.

Форфейтингтік ерекшеліктері. Форфейтингтік алгоритмі. Форфейтингтік комиссиялық құрамы. Форфейтингтің ерекшелігі.

#### **4 тақырып Банктік қызмет көрсету нарығын сегменттеу**

Сегменттеу нарығының қажеттілігі мен оның мүмкіншілігі. Сегменттеудің негізгі өлшемі. Банктік қызмет көрсетудің клиентуралық нарықтың негізгі сегменттері жеке тұлғаларды сегменттеудің белгілері. Банктік қызмет көрсетудің типтік жинаумен сауда айналымының шамасы бойынша кәсіпорынның сегменттелуі. Банктік қызмет көрсетудің кәсіпорынның қызметіндегі түбірлі өзгеріс кезеңі мен сипаттамасы.

Банктерге клиенттердің негізгі талабы.

#### **5 тақырып Банктік маркетингтің негізгі элементі**

Қандайда болмасын банктің маркетингтік стратегиялық негізгі элементтері:

Сегменттеу, қысқа- орташа- ұзақ мерзімді мақсаты, маркетинг- микс, олардың өзара байланысы.

Сегменттердің мақсаты үшін банктің стратегиялық мақсатын белгілеу.

Банктік маркетинг- микстің элементтері. Транзакциондық шығындар. Банктік қызмет көрсетудің табысын басқару.

Банктік қызмет көрсетуді жариялау: дәстүрлі және дәстүрлі емес жолдары.

Банктік қызмет көрсетуден алынатын негізгі тәсіл.

Коммуникациялық функциялар ретінде банктік қызмет көрсетудің жылжуы.

Нақты қызмет көрсету мен нақты банкті таңдау туралы шешім қабылдау механизмдері мен тұтынуды дәлелдеу. Жаңашылдық стратегияны қолдану принципі. Басқыншы банктік стратегияның шарты мен белгілері. Диверсификациялау стратегиясының субъектісі : осы стратегияның өзгеру себебі.

Маркетингтік- стратегияны әзірлеу шарты: қатысушылар, маркетингтік ақпарат жүйесін қолдану, стратегиялық бар мақсаттар.

#### **6 тақырып Сақтандыру қызметін көрсету маркетингі**

Сақтандыру қызметін көрсетудің ерекшелігі. Сақтандыру бизнесіндегі жаңа өнімдерді дайындау спецификасы. Сақтандыру нарығын үйренудің жүйелілігі. Сақтандырудың жаңа полисін құру жөніндегі жұмыс жоспары.

Сақтандырудың жаңа өнімінің апробациялық жылжуы.

Сақтандыру нарығында клиенттік сегменттеу. Клиенттердің негізгі типтері. Жаңа өнімге компанияның қызығушылығын арттыру жөнінде жалпы маркетингтік стратегияны әзірлеу. Сақтандыру өнімдерін сату жолдарын стратегиялық таңдау: сатушы клиентке барады, клиент сатушыға барады, қарама- қарсы сату.

Сақтандыру қызметін көрсетудің тура маркетингісінің маңызы, ұсыныс түрі мен негізгі құралдар.

#### **7 тақырып Консалтинг қаржылық қызметінің маркетингі**

Конъюнктурлі консалтингтік бизнеске ықпал ететін факторлар Экономикалық шарт банктік жүйедегі даму мен шарт қажылық консалтингтің дамуындағы салықтық реттеу.

Консалтингтік қызмет көрсету маркетинг- миксі. Консалтингтік өнім сипаттамасы.

Консалтингтік қызмет көрсету бағасын қалыптастыру. Консалтингтегі негізгі ұстаным. Өнімдерді жариялау мен жылжуы: ерекшелігі, тәсілі, жүйелілігі.

### **8 тақырып Маркетинг жүйесіндегі контролинг**

Компанияның маркетингтік қызмет көрсетуіндегі бақылау функциясының мазмұны мен маңызы. Бақылаулизингінің түсінігі. Бақылаушының оперативтік және стратегиялық мақсатын бөлу.

Қаржы компаниясындағы бақылаулингісін ұйымдастыру. Маркетингтік тексеруді жүргізу үрдісі. Маркетингтегі бақылау функцияларын анықтауыдың түрлері. Контролингтің міндеті және бақылау жұмысының негізгі кезеңі.

### **9 тақырып Маркетингтік қызметтегі аудит**

Маркетингтік аудит жеке қызмет жүйесі ретінде:

Аудит моделі бес фазалық түрде ашу: қорытындысын дайындау, іс әрекетін жоспарлау, енгізу мен аяқтау.

Маркетингтік аудиттің негізгі бағыты: маркетингтік зерттеу фирмасының қоғамдық пікірді қалыптастыруға дейін.

Өткізіп алған қамның түсінігі. Маркетингтік аудиттің нәтижесі.

Маркетингтік стратегияның, бақылаулизингі және аудиттің өзара байланысы.

## **10.2 Тәжирибиелік сабақтарының мазмұны**

### **1 тақырып Пән, курстың мазмұны мен міндеті**

Қаржылық нарық оның объектісі мен субъектісі. Экономиканың дамуындағы қаржылық жүйенің маңызы мен рөлі. «Қаржылық қызмет көрсету маркетингі»және «Қаржылық қызмет көрсету».

### **2 тақырып Маркетингтің базалық негіздері**

Маркетингтің терминологиясын базалық анықтау. Маркетингтің өнімге және тұтынушыға бағдары. Сауда тұжырымдамасының ерекшелігі. Дәстүрлі маркетингтің тұжырымдасының мазмұны. Әлеуметтік тұжырымдаманың ерекшелігі мен мәні.

### **3 тақырып Қаржылық қызмет көрсетудің мәні**

Қаржылық компанияның өнімді стратегиясы және қаржылық қызмет көрсетудің жалпы ерекшелігі.

Лизингтің маңызы: негізгі шегі,коммерциялық несиеден ерекшелігі, объектілер мен субъектілердің лизингілік мәмілесі, лизингтің классификациялық белгісі.

Факторингтің белгісі және оның шектелуі. Факторингтік операциялардың түрлері. Факторингтік келісімдердің типтері.

Форфейтингтік ерекшеліктері. Форфейтингтік алгоритмі. Форфейтингтік комиссиялық құрамы. Форфейтингтіктің ерекшелігі.

### **4 тақырып Банктік қызмет көрсету нарығын сегменттеу**

Сегменттеу нарығының қажеттілігі мен оның мүмкіншілігі. Сегменттеудің негізгі өлшемі. Банктерге клиенттердің негізгі талабы.

### **5 тақырып Банктік маркетингтің негізгі элементі**

Нақты қызмет көрсету мен нақты банкті таңдау туралы шешім қабылдау механизмдері мен тұтынуды дәлелдеу. Жаңашылдық стратегияны қолдану принципі. Басқыншы банктік стратегияның шарты мен белгілері. Диверсификациялау стратегиясының субъектісі : осы стратегияның өзгеру себебі.Маркетингтік- стратегияны әзірлеу шарты: қатысушылар, маркетингтік ақпарат жүйесін қолдану, стратегиялық бар мақсаттар.



### **6 тақырып Сақтандыру қызметін көрстеу маркетингі**

Сақтандыру қызметін көрсетудің ерекшелігі. Сақтандыру бизнесіндегі жаңа өнімдерді дайындау спецификасы. Сақтандыру нарығын үйренудің жүйелілігі. Сақтандырудың жаңа полисін құру жөніндегі жұмыс жоспары.

### **7 тақырып Консалтинг қаржылық қызметінің маркетингі**

Конъюнктурлі консалтингтік бизнеске ықпал ететін факторлар Экономикалық шарт банктік жүйедегі даму мен шарт қажылық консалтингтің дамуындағы салықтық реттеу.

### **8 тақырып Маркетинг жүйесіндегі котролингі**

Компанияның маркетингтік қызмет көрстеудегі бақылау функциясының мазмұны мен маңызы. Котролингтің түсінігі. Бақылаушының оперативтік және стратегиялық мақсатын бөлу.

### **9 тақырып Маркетингтік қызметтегі аудит**

Маркетингтік аудит жеке қызмет жүйесі ретінде:

Аудит моделі бес фазалық түрде ашу: қорытындысын дайындау, іс әрекетін жоспарлау, енгізу мен аяқтау.

## 10.3 Студенттердің өздік жұмысының мазмұны

### СӨЖ сипаттамасы

#### 5B50900 «Қаржы» мамандығы негізінде күндізгі оқыту түрі

№	СӨЖ түрі	Есеп нысаны	Бақылау түрі	Сағат көлемі
1	Дәріске дайындалу	Оқу дәптері	Сабаққа қатысу	18
2	Тәжірибелік сабақтарға дайындалу, үй жұмысын орындау	Оқу дәптері	Сабаққа қатысу, ауызша сауалдама	18
3	Аудиторлық сабақтарға кірмеген материалды әзірлеу	Конспект	Конспекті тексеру	27
4	Бақылау шараларына дайындалу	Оқу дәптері	АБ1, АБ2, тест сұрақтарына жауап беру, есептерді өздік шешу	27
<b>Қорытынды:</b>				<b>90</b>

## 10.4 СӨЖ тақырыптардың мазмұны

### 1 тақырып Пән, курстың мазмұны мен міндеті

Маркетинг ең алдыңғы шаруашылық басқару саласы. Маркетингті анықтау классификациясы. Маркетингті жүзеге асыру үрдісі. Шаруашылық субъектінің маркетингтік қызметін ұйымдастыру.

### 2 тақырып Маркетингтің базалық негіздері

Маркетингтің терминологиясын базалық анықтау. Маркетингтің өнімге және тұтынушыға бағдарыСауда тұжырымдамасының ерекшелігі. Дәстүрлі маркетингтің тұжырымдасының мазмұны. Әлеуметтік тұжырымдаманың ерекшелігі мен мәні.

### 3 тақырып Қаржылық қызмет көрсетудің мәні

Қаржылық компанияның өнімді стратегиясы және қаржылық қызмет көрсетудің жалпы ерекшелігі. Банктік қызмет көрсетудің өнімдік белгісі.

Форфейтингтік ерекшеліктері. Форфейтингтік алгоритмі. Форфейтингтік комиссиялық құрамы. Форфейтингтіктің ерекшелігі.

### 4 тақырып Банктік қызмет көрсету нарығын сегменттеу

Банктік қызмет көрсетудің кәсіпорынның қызметіндегі түбірлі өзгеріс кезеңі мен сипаттамасы.

Банктерге клиенттердің негізгі талабы.

### 5 тақырып Банктік маркетингтің негізгі элементі

Нақты қызмет көрсету мен нақты банкті таңдау туралы шешім қабылдау механизмдері мен тұтынуды дәлелдеу. Жаңашылдық стратегияны қолдану принципі. Басқыншы банктік стратегияның шарты мен белгілері. Диверсификациялау стратегиясының субъектісі : осы стратегияның өзгеру себебі.

### **6 тақырып Сақтандыру қызметін көрстеу маркетингі**

Сақтандыру қызметін көрсетудің ерекшелігі. Сақтандыру бизнесіндегі жаңа өнімдерді дайындау спецификасы. Сақтандыру нарығын үйренудің жүйелілігі. Сақтандырудың жаңа полисін құру жөніндегі жұмыс жоспары.

### **7 тақырып Консалтинг қаржылық қызметінің маркетингі**

Консалтингтік қызмет көрсету маркетинг-миксі. Консалтингтік өнім сипаттамасы. Өнімдерді жариялау мен жылжуы: ерекшелігі, тәсілі, жүйелілігі.

### **8 тақырып Маркетинг жүйесіндегі контролинг**

Компанияның маркетингтік қызмет көрстеудегі бақылау функциясының мазмұны мен маңызы. Маркетингтегі бақылау функцияларын анықтаудың түрлері. контролингтің міндеті және бақылау жұмысының негізгі кезеңі.

### **9 тақырып Маркетингтік қызметтегі аудит**

Маркетингтік аудит жеке қызмет жүйесі ретінде:

Аудит моделі бес фазалық түрде ашу: қорытындысын дайындау, іс әрекетін жоспарлау, енгізу мен аяқтау.

## 11 Курстың саясаты

Оқу процесіне қатысу дегеніміз сабақтарға қатысу, белсенді болу, берілген тапсырмаларды және үй тапсырмаларын уақытысында орындау және тапсыру. Сабаққа қалмау тиіссіз. Біз жұмыстарға кешікпеу сізді сұраймыз, дәл осылай жұмыстардың уақытына сіздердің курстастарыңыздың нормалы жұмысына кедергі жасайды. Кәрез телефондар мшірілген болу тиісті.

Үй тапсырмасы жазба түрінде орындайды да сабақтарды өткізу графигіне сәйкес тексеруге беріледі.

Мен келесі айып баллдарды орнатамын:

- деріс сабаққа делелді себептерсіз қатыспаған үшін осы сабақтың түріне есептейтін бері баллдар шешіледі. Егер студент сабаққа делелді себеппен келген жоқ, онда ол оқытушыға келмеген дәрістің конспектісін береді. Осы конспект үшін ол 1 баллды ала алады;

- тәжірибелік сабағында делелдік себептерсіз болмау – осы сабақтың түріне есептейтін бәрі баллдар шешіледі. Егер студент сабаққа дәлелді себеппен келген жоқ, онда ол оқытушыға орындалған тәжірибелік сабақтың конспектісін береді. Осы конспект үшін ол 2 балл ала алады.

- сабаққа кешеуілдеп келгені үшін 0,5 балл түмен бағаланады.

Семестрде екі аралық бақылау өткізіледі: сегізінші және он бесінші апталарында. Ол бақылау жұмыс арқылы өткізіледі. Аралық бақылау сәйкестік блоктың материалдары бойынша өткізіледі. Егер студент аралық бақылауда болмаса, ол оны оқытушымен айтылған уақытысында тапсыра алады. Бірақ онда аралық бақылауынан алынған баллдар 0,7 коэффициентке көбейеді.

Емтихан билет арқылы өткізіледі: билеттердің саны 25 болады, әрбір билет ішінде 2 сұрақ және 1 есеп болады. Емтиханда алынатын максималды балл - 100 балл, оның ішінде есеп - 40 баллмен, бір сұрақ 30 баллмен бағаланады.

Аралық бақылау 100 балға тең. Аралық бақылауға ағымды үлгерім балдары болған студенттер жіберіледі.

(1,2) Рейтинг келесі формула бойынша есептеледі

$$(1,2) P = (1,2)AY*0,7 + (1,2)AB*0,3$$

Егер студент аралық бақылаудан 50 кем балл алса, рейтинг анықталмайды. Сонда декан АБ тапсыруының жеке мерзімін белгілейді.

Емтиханға рұқсат (PP) алу келесі формула бойынша есептеледі

$$PP = (1P + 2P) \cdot 2 \cdot 0,7$$

Егер студент рейтинг рұқсатынан (PP) 50 баллдан кем алса, емтиханға жібарілмейді. ҚБ 50 кем болса, студент ақылы түрде пәнді қайта оқиды.

Қорытынды баға (ҚБ) рейтинг рұқсаттың (PPCY) және емтиханның қорытынды бақылауының (ЕҚСҮ) салмақтық үлестерінен құралады. ҚБ келесі формала бойынша есептеледі

$$ҚБ = PP \cdot 0,6 + ЕҚ \cdot 0,4$$

Салмақтық үлес Университетін Ғылыми Кеңесімен жылсайын бекітіледі.

Курстық жұмыс комиссия алдында қорғанылады.

Емтихан тест сұрақтары арқылы өткізіледі: сұрақтардың саны 30 саны болады. Емтиханда алынатын максималды балл - 100 балл, бір сұрақ 3,3 баллмен бағаланады.

## 10.5 Бақылау шараларының күнтізбелік графигі

### 10.5.1 5B50900 «Қаржы» мамандығы күндізгі оқу түрі студенттеріне арналған бақылау шараларының күнтізбелік графигі

1 рейтинг (4 семестр)										
Апталар		1	2	3	4	5	6	7	8	Барлығы
Апта ішіндегі максды балл		10	10	20	10	10	10	20	10	100
Дәрістерге қатысу және дайындалу	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны	ДҮТ 1,2	ДҮТ 3,4	ДҮТ 5,6	ДҮТ 7,8	ДҮТ 1,2	ДҮТ 3,4	ДҮТ 5,6	ДҮТ 7,8	16
	Бақылау нысаны	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	
	Макс.балл	2	2	2	2	2	2	2	2	
Практикалық сабақтарға қатысу және дайындалу	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны	ПҮТ 1,2	ПҮТ 3,4	ПҮТ 5,6	ПҮТ 7,8	ПҮТ 1,2	ПҮТ 3,4	ПҮТ 5,6	ПҮТ 7,8	32
	Бақылау нысаны	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	
	Макс.балл	4	4	4	4	4	4	4	4	
Материалды өздігінен меңгеру	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны		О		О		О			32
	Бақылау нысаны				ӨОҮТ 1		ӨОҮТ 2		ӨОҮТ 3	
	Макс.балл	4	4	4	4	4	4	4	4	
Пән тақырыптары бойынша білімді бақылау	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны			КЖБ Ж1				КЖБ Ж	Ж	20
	Бақылау нысаны			К				К		
	Макс.балл			6				6	8	
2 рейтинг (4семестр)										
Апталар		9	10	11	12	13	14	15		Барлығы
Апта ішіндегі максды балл		10	10	25	10	11	12	22		100
Дәрістерге қатысу және дайындалу	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны	ДҮТ 9	ДҮТ 10	ДҮТ 11	ДҮТ 12,1 3	ДҮТ 14	ДҮТ 15,1 6	ДҮТ 17		14
	Бақылау нысаны	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ		
	Макс.балл	2	2	2	2	2	2	2		
Практикалық сабақтарға қатысу және дайындалу	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны	ПҮТ 9	ПҮТ 10	ПҮТ 11	ПҮТ 12,1 3	ПҮТ 14	ПҮТ 15,1 6	ПҮТ 17		28
	Бақылау нысаны	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ	Қ		
	Макс.балл	4	4	4	4	4	4	4		
Материалды өздігінен меңгеру	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны		О		О		О			34
	Бақылау нысаны				ӨОҮТ 1		ӨОҮТ 2			
	Макс.балл	5	5	5	5	5	5	4		
Пән тақырыптары бойынша білімді бақылау	СӨЖ түрі/есеп беру нысаны									24
	Бақылау нысаны		Ж		Ж			Ж		
	Макс.балл		8		8			8		

## **12 Негізгі және қосымша әдебиеттер тізімі**

### **Негізгі**

- 1 Д. Т. Абенова, Д. К. Ахметов Маркетингті басқару: Павлодар: Кереку, 2010
- 2 Оразбаева, К. Н. Маркетинг: - Атырау : Ер Төстік, 2007
- 3 Романова А.Н М.Маркетинг: Учебник : Банки и биржи Юнити, 2006
- 4 Рахимбаев, А. Б.Маркетинг теориясы және практикасы : оқу құралы-Алматы : Заң әдебиеті, 2009
- 5 Рахимбаев, А. Б.Маркетинг теориясы және практикасы [Электрондық ресурс] : оқу құралы -Алматы : Нұр-Пресс, 2009.
- 6 Сатыбалдыұлы, С.Маркетинг - нарықтану : жоғары оқу орындарының студенттеріне арналған оқулық - Алматы : Білім, 2002.

### **Қосымша**

- 7 Маркетинг және менеджмент негіздері : оқулық Сатыбалдыұлы, С., Байтанаева, Б. Астана : Фолиант, 2007
- 8 Маркетинг негіздері : оқулық [кәсіптік бастауыш және орта білім беру ұйымдарына ұсынылған] Тойкин, С. Х. Астана : Фолиант, 2008

