

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ**

ҚАЗАҚСТАН-АМЕРИКАНДЫҚ ЕРКІН УНИВЕРСИТЕТІ



МОДУЛЬДІК БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

Білім беру бағдарламасы 6B04108 «Маркетинг және PR-менеджмент»

Деңгейі Бакалавриат

Білім беру саласының коды және жіктелуі: 6B04 Бизнес, басқару және құқық

Дайындық бағыттарының коды және жіктелуі: 6B041 Бизнес және басқару

Білім беру бағдарламаларының тобы: В 047 Маркетинг және жарнама

БХС бойынша деңгей: 6

ҰБШ БХС бойынша деңгей: 6

СБШ БХС бойынша деңгей : 6

Оқу мерзімі: орта білім базасында 4 жыл; Техникалық және кәсіптік білім базасында 3 жыл;
жоғары білім базасында 2 жыл.

Кредиттер саны: 240

Өскемен қ., 2023

Модульно образовательная программа согласована:

ТОО «Астана-Алтайский-
Казахстан»

(Наименование предприятия (учреждения,
организации))



Данилович
(Ф.И.О. руководителя)

Данилович
И. В.

ТОО «Ал-Султан»

(Наименование предприятия (учреждения,
организации))



(Ф.И.О. руководителя)

Арустаев
Для документов

ТОО «Таврос Центральный Стелажный
Узлы Исполнения А.И.»

(Наименование предприятия (учреждения,
организации))



(Ф.И.О. руководителя)

Алиев

Гостиница «City Hotel»

(Наименование предприятия (учреждения,
организации))



(Ф.И.О. руководителя)

Алиев

Білім беру бағдарламасының паспорты

Шығарылу жылы	2023 ж.
Әзірлеу үшін негіздер	<p>- "Білім туралы" Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі № 319-III ҚРЗ Заңы (01.09.2022 жылғы өзгерістер мен толықтырулармен).</p> <p>- ҚР БҒМ 30.10.2018 ж. № 595 бұйрығымен бекітілген Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білімнің білім беру бағдарламаларын іске асыратын білім беру ұйымдары қызметінің үлгілік қағидалары (2021 жылғы 09 маусымдағы № 282 өзгерістермен және толықтырулармен) (2022 жылғы 31.08 № 385 өзгерістермен және толықтырулармен).</p> <p>- Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты (Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрінің 2022 жылғы 20 шілдедегі № 2 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2022 жылғы 27 шілдеде № 28916 болып тіркелді).</p> <p>- Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2011 жылғы 20 сәуірдегі №152 бұйрығымен бекітілген Кредиттік оқыту технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидалары (өзгерістер мен толықтырулармен бірге Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 12.10.2018 № 563 бұйрығы). (Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2022.09.23 № 79 бұйрығына өзгерістер мен толықтырулар енгізілді).</p> <p>- Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар кадрларды даярлау бағыттарының жіктеуішін бекіту туралы Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 13 қазандағы № 569 бұйрығы (05.06.2020 ж. жағдай бойынша өзгерістермен)</p> <p>- ҚАЕУ академиялық саясаты (Ғылыми кеңеспен бекітілген 15.08.2022 ж. № 12 хаттама).</p> <p>- Білім беру бағдарламаларын әзірлеу және бекіту жөніндегі ереже (ҚАЕУ Ғылыми кеңесімен бекітілген, 17.11.2021 ж. №3 хаттама)</p> <p>Әлеуметтік әріптестік және әлеуметтік және еңбек қатынастарын реттеу жөніндегі республикалық үшжақты комиссияның 2016 жылғы 16 наурыздағы хаттамасымен бекітілген ұлттық біліктілік шеңбері.</p> <p>- Кәсіби стандарт:"инновациялық өнімдер/қызметтер маркетингі". "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.24 № 259 бұйрығына № 4 қосымша</p> <p>- Кәсіби стандарт:"бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама ұсыну". "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.24 № 259 бұйрығына № 22 қосымша</p> <p>- Кәсіби стандарт:"белсенді сату". "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.27 № 266 бұйрығына № 1 қосымша</p> <p>- Кәсіби стандарт:"Жобаларды басқару". Қазақстан Республикасының "Атамекен" Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.26 № 263 бұйрығына № 93 қосымша</p> <p>- Кәсіби стандарт: "әлеуметтік медиа менеджменті (SMM)". "Атамекен" Қазақстан Республикасы Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.26 № 263 бұйрығына № 88 қосымша</p> <p>- Кәсіби стандарт:"бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама ұсыну". Қазақстан Республикасының "Атамекен" Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы</p>

	Басқарма төрағасының орынбасарының 2019.12.26 № 259 бұйрығына № 22 қосымша
Қайта қарау кезеңділігі	Жылына 1 рет
Іске асыру мерзімі	4 жыл
Миссия	Жалпы мәдени (әмбебап): әлеуметтік-жеке, Жалпы ғылыми, аспаптық және кәсіби құзыреттіліктерді қалыптастыру, бұл түлекке таңдалған қызмет саласында табысты жұмыс істеуге және еңбек нарығында табысты болуға, маркетингтік және басқарушылық PR-қызметтің, кәсіпкерлік пен іскерлік белсенділіктің принциптері мен әдістерін меңгеруге, жоғары кәсіби құзыреттілік негізінде тиімді маркетингтік шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.
Мақсаты	6B04108 "Маркетинг және PR-менеджмент" білім беру бағдарламасының негізгі мақсаты: маркетингтік зерттеулер жүргізе алатын, кең іргелі білімі бар, ғылыми ізденіс пен шығармашылыққа, еңбек нарығы мен технологиялардың өзгермелі талаптарына бейімделуге қабілетті, медиа саланы (мазмұнды және технологиялық) дамытудың негізгі әлемдік үрдістеріне бағдарланатын жаңа формациядағы маркетинг маманын даярлау, конвергенция процесінде және бұқаралық ақпарат құралдарындағы маңызды инновациялық тәжірибелер.
Міндеті	<ul style="list-style-type: none"> – МҚА білім алушыларда мемлекеттік білім беру стандартында көзделген пәндер бойынша жалпы білім беру және арнайы білімді, іскерліктер мен дағдыларды, сондай-ақ пәндер бойынша базалық және пәндік құзыреттерді қалыптастыру; – адамның әлеуметтік, эмоционалды-ерікті, интеллектуалдық, психикалық және басқа да қасиеттерін дамыту; – құзыретті және бәсекеге қабілетті тұлғаны тәрбиелеу; – экономика мен бизнестің әртүрлі салаларында маркетингтік және PR - қызмет үшін мамандар даярлау.
Біліктіліктер лауазымдар тізбесі мен	6B04108 "Маркетинг және PR-менеджмент" ББ бизнес және басқару бакалаврлары мынадай лауазымдарды атқара алады: маркетинг жөніндегі маман, маркетингтік зерттеулер жөніндегі маман, талдаушы, маркетинг бөлімінің бастығы, бренд-менеджер, product-менеджер, сату жөніндегі менеджер, өткізу бөлімінің бастығы, трейд-менеджер, интернет-маркетолог, жарнама жөніндегі менеджер, қоғаммен байланыс жөніндегі менеджер, ATL -, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер
6B04108 «Маркетинг және PR-менеджмент» білім беру бағдарламасын игеру нәтижесінде қалыптасатын түлектердің құзыреттері	
Жалпы құзыреттер (ЖҚ)	<p><i>Білім беру бағдарламасын аяқтағаннан кейін бакалаврлар болашақ маманның дүниетанымдық, азаматтық және адамгершілік ұстанымдарының қалыптасуы негізінде оның жеке басының әлеуметтік-мәдени дамуын қамтамасыз ететін келесі жалпы құзыреттерге ие болуы керек:</i></p> <p>ЖҚ 1 – табиғи және әлеуметтік әлемді ғылыми және философиялық таным әдістерімен ғылыми түсінуді және зерттеуді қамтамасыз ететін философия негіздерін білумен қалыптасқан дүниетанымдық ұстанымдар негізінде қоршаған шындықты бағалайды;</p> <p>ЖҚ 2 - мифологиялық, діни және ғылыми дүниетанымның мазмұны мен ерекшеліктерін түсіндіреді;</p> <p>ЖҚ 3 - Әлеуметтік және өндірістік салаларда болып жатқан барлық нәрсеге өзіндік баға береді;</p>

ЖҚ 4 - Қазақстанның тарихи дамуының негізгі кезеңдерін, заңдылықтары мен ерекшеліктерін терең түсіну және ғылыми талдау негізінде азаматтық ұстанымын көрсетеді;

ЖҚ 5 - Қазақстан тарихы оқиғаларының себептері мен салдарын талдау үшін тарихи сипаттаудың әдістері мен тәсілдерін қолданады;

ЖҚ 6 - әлеуметтану, саясаттану, мәдениеттанушылар және психология туралы негізгі білімді ескере отырып, тұлғааралық, Әлеуметтік және кәсіби коммуникацияның әртүрлі салаларындағы жағдайларды бағалайды;

ЖҚ 7 - интегративті процестердің заманауи өнімі ретінде осы ғылымдар туралы білімді синтездейді;

ЖҚ 8 - белгілі бір ғылымды, сондай-ақ бүкіл әлеуметтік-саяси кластерді зерттеудің ғылыми әдістері мен әдістерін қолданады;

ЖҚ 9 - өзінің адамгершілік және азаматтық ұстанымын дамытады;

ЖҚ 10 - қазақстандық қоғамның қоғамдық, іскерлік, мәдени, құқықтық және этикалық нормаларымен жұмыс істейді;

ЖҚ 11 - жеке және кәсіби бәсекеге қабілеттілігін көрсетеді;

ЖҚ 12 - әлемдік танылған қоғамдық-гуманитарлық ғылымдар саласындағы білімді практикада қолданады;

ЖҚ 13 - әдістеме мен талдауды таңдауды жүзеге асырады;

ЖҚ 14 - зерттеу нәтижелерін қорытындылайды;

ЖҚ 15 - жаңа білімді синтездейді және оны гуманитарлық әлеуметтік маңызды өнім түрінде ұсынады;

ЖҚ 16 - тұлғааралық, мәдениетаралық және өндірістік (кәсіптік) қарым-қатынас міндеттерін шешу үшін қазақ, орыс және шет тілдерінде ауызша және жазбаша нысанда коммуникацияға кіреді;

ЖҚ 17 - грамматикалық білім жүйесі негізінде тілдік және сөйлеу құралдарын пайдалануды жүзеге асырады; қарым-қатынас жағдайына сәйкес ақпаратты талдайды;

ЖҚ 18 - коммуникацияға қатысушылардың іс-әрекеттері мен іс-әрекеттерін бағалайды.

ЖҚ 19 - жеке қызметте ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың әртүрлі түрлерін пайдаланады: интернет-ресурстар, ақпаратты іздеу, сақтау, өңдеу, қорғау және тарату бойынша бұлтты және мобильді сервистер;

ЖҚ 20 - өзін-өзі дамыту және мансаптық өсу үшін өмір бойы жеке білім беру траекториясын қалыптастырады, дене шынықтыру әдістері мен құралдары арқылы толыққанды әлеуметтік және кәсіби қызметті қамтамасыз ету үшін салауатты өмір салтын басшылыққа алады;

ЖҚ 21 - Қазақстан тарихының негізгі заңдылықтарын, философиялық, әлеуметтік-саяси, экономикалық және құқықтық білім негіздерін, қазақ, орыс және шет тілдеріндегі ауызша және жазбаша нысандағы коммуникацияларды біледі және түсінеді;

ЖҚ 22 - өзгермелі әлеуметтік-мәдени жағдайларда тиімді әлеуметтену және бейімделу үшін игерілген білімді қолданады;

ЖҚ 23 - әлеуметтік құбылыстарды, процестер мен проблемаларды сандық және сапалық талдау дағдыларын меңгерген.

Негізгі құзыреттер (НҚ)

Білім беру бағдарламасын аяқтағаннан кейін бакалаврлар әмбебап мәдениетаралық, салааралық білімді қамтамасыз ететін және белгілі бір кәсіби қызмет саласына қажетті негізгі негізгі дағдыларды жүзеге асыруға көмектесетін келесі негізгі құзыреттерге ие болуы керек:

НҚ 1 - қойылған міндеттерді шешу үшін болжамды салада іАҚерлік және инновациялық белсенділікті көрсетеді;

	<p>НҚ 2: PR басқару және маркетинг теорияларын, құралдары мен әдістерін меңгеру;</p> <p>НҚ 3: инновациялардың, инновациялық тауарлардың (қызметтердің), материалдық емес активтердің (брендтердің) маркетингтік құрамдас бөліктері саласындағы әдістер мен құралдарды білу;;</p> <p>НҚ 4: статистикалық есептеулерді орындау, маркетингтік ақпаратты жинау және өңдеу үшін қолданбалы кеңсе бағдарламаларын пайдалану әдістерін білу;</p> <p>НҚ 5: қоғаммен байланыс және маркетинг саласындағы жүйелік талдау принциптерін меңгеру;</p> <p>НҚ 6: маркетингтік зерттеу жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау, сақтау және өңдеу әдісін сауатты таңдау;</p> <p>НҚ 7: ақпарат жинау және маркетинг құралдары мен болжау құралдарын басқару, сондай-ақ тауарларды байланыстыру және жылжыту үшін арнайы бағдарламалармен жұмыс істеу дағдыларын меңгеру;</p> <p>НҚ 8: басқарудың нарықтық әдістерінде, экономиканың даму заңдылықтары мен ерекшеліктерінде; тауарлар мен қызметтердің ішкі және сыртқы нарығының конъюнктурасының ерекшеліктерінде, әртүрлі өмірлік жағдайларда әр түрлі жастағы адамдардың мінез-құлқының психологиялық ерекшеліктерінде құзыретті болу.</p>
<p>Арнайы құзыреттер (АҚ)</p>	<p><i>БВ04108 «Маркетинг және PR-менеджмент» білім беру бағдарламасын аяқтағаннан кейін бакалаврлар маманның кәсіби қызмет саласында ғылыми және практикалық білімді пайдалану қабілетін қалыптастыратын, өзінің ғылыми-кәсіби даярлығын ұдайы арттыруды жүзеге асыратын, жаңа кәсіби міндеттерді өз бетінше қою және шешу, кәсіби бейімделудің жоғары дәрежесін көрсету қабілетін көрсететін мынадай арнайы құзыреттерге ие болуы тиіс:</i></p> <p>АҚ 1: корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік принциптері мен этикалық салдарын ескере отырып, әртүрлі аналитикалық әдістерді қолдана отырып, өзекті ақпаратты талдау арқылы шешімдер қабылдау және олардың салдарын бағалау;</p> <p>АҚ 2: тиісті цифрлық технологияларды, құралдар мен теорияларды пайдалана отырып, бизнес және басқару саласында кәсіби функцияны жүзеге асыру;</p> <p>АҚ 3: ауызша және жазбаша қарым-қатынас дағдыларын және топта жұмыс істеу қабілетін көрсету арқылы шешім қабылдаушылардың да, ұйымның мүдделі тараптарының да әрекеттері мен мінез-құлқына әсер ету;</p> <p>АҚ 4: менеджмент, маркетинг, болашақты болжау және деректерді талдаудың функционалдық салаларындағы негізгі тұжырымдамаларды, парадигмаларды және теориялық әзірлемелерді басқару және бизнес саласындағы кәсіби функцияларды жүзеге асыру үшін біріктіру;</p> <p>АҚ 5: ішкі және сыртқы мүдделі тараптар үшін қаржылық және басқару ақпаратын талдау және ұсыну;</p> <p>АҚ 6: жеке әлеуетті ашу және кәсіпкерлік ойлауды қалыптастыру үшін де, қоғамға қызмет ету үшін де көшбасшылық қасиеттерді көрсету және өз бетінше оқытуды қолдану;</p> <p>АҚ 7: идеяларды коммерцияландыру әдістерін және идеяларды түпкілікті тұтынушыға байланыстыру мүмкіндіктерін бағалау және қолдану;</p> <p>АҚ 8: дамудың барлық деңгейлеріндегі кез келген ұйымдар үшін тиімді маркетингтік және қоғаммен байланыс стратегияларын жоспарлау, құру және енгізу;</p>

	<p>АҚ 9: ішкі ұйымдастырушылық динамиканы және мүдделі тараптардың қатысуын түсіну және бағалау;</p> <p>АҚ 10: дәстүрлі және цифрлық технологияларды қолдана отырып, маркетингтік науқандарды бағалау, құру және енгізу;</p> <p>АҚ 11: трендтерді зерттеу, тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және нарықтағы ішкі және сыртқы деректерді талдау арқылы жаңа маркетингтік идеяларды ұсыну және ілгерілету;</p> <p>АҚ 12: маркетингтік зерттеу жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау, сақтау және өңдеу әдістерін қолданыңыз.</p>
Берілетін дәреже	6B0418 «Маркетинг және PR-менеджмент» білім беру бағдарламасы бойынша бизнес және басқару бакалавры
6B0418 «Маркетинг және PR-менеджмент» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелері	
6B0418 «Маркетинг және PR-менеджмент» білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелері	<p>Осы бағдарламаны сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы:</p> <p>НО 1. Дамыған елдердің тәжірибесін, Экономикалық теория негіздерін және микро және макро деңгейде әртүрлі экономикалық санаттардың жұмыс істеу заңдылықтарын ескере отырып, қазақстандық қоғамның сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетінің негіздерін, оның құқықтары мен міндеттерін, ұлттық және халықаралық деңгейде экологиялық нормалар мен қағидаттарды, сондай-ақ жеке брендті қалыптастыру негіздерін білу мен түсінуді және басқару қабілетін көрсету уақыт.</p> <p>НО 2. Маркетингтік зерттеу жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау, сақтау және өңдеу әдістерін таңдауда, маркетингтік зерттеу жүргізудің кешенді жоспарын жасауда, ақпараттық цифрлық технологиялар мен электрондық коммерция әдістерін қолдана отырып мақсат қою және тұжырымдау әдістерін таңдауда тұтынушылардың мінез-құлқы туралы білім мен түсініктерді қолдану, сондай-ақ сапалы сату брендінің қалыптастыру тәсілдерін білу және түсіну қоғаммен байланыс, экономикалық заңдылықтарды, бұқаралық ақпарат құралдарымен және әлеуметтік желілермен, нақты және цифрлық ортада жұмыс істеу негіздерін білу негізінде бизнестің әртүрлі түрлерін сапалы ұйымдастыру.</p> <p>НО 3. Применение знаний и умений для самостоятельного анализа с использованием статистических показателей различных социально-экономических явлений современности с использованием конкретных методов и приемов расчета статистических показателей, методов управления маркетингом, с помощью которых можно эффективно управлять маркетинговой политикой предприятия для достижения роста продаж и информационных ресурсов в программе управления рекламой с использованием инновационных компьютерных технологий. Применение знаний в области организации финансовой системы для управления продукцией, качеством и продажами в быстро меняющихся экономических условиях на глобальном и национальном рынках с учетом развития инновационной продукции.</p> <p>НО 4. Жарнамалық іс-шаралардың тиімділігін арттыру мақсатында ақпаратты жүйелі түрде жинау мен түсіндіруді жүзеге асыру, қолайлы маркетингтік, оның ішінде инновациялық құралдарды анықтау және оларды маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін қолдану, сондай-ақ электрондық есепке алу, бақылау және сату жүйелерінің көмегімен кәсіпорынның сатылымын, жобаларын және ұйымдық құрылымын, компанияның ассортименті мен баға саясатын басқаруды жүзеге асыру, танылатынды ұйымдастыру бренд және компанияның жоғары имиджі.</p> <p>НО 5. Компьютерлік технологиялар арқылы экономикалық ақпаратты жинау және түсіндіру, талдау және бағалау және өндірістік және</p>

басқарушылық сипаттағы міндеттерді шешу үшін қажетті пайымдауларды қалыптастыру үшін есеп жүйелерін ұйымдастыру, барабар қаржылық саясатты қалыптастыру үшін компанияның ағымдағы нарықтық конъюнктурасын, логистикалық айналым жүйесін талдау және бақылау, жобаларды басқару әдістері арқылы өнімдер мен қызметтерді сатуды сапалы басқару. белсенді сату және интернет-жарнама технологиясының негізі.

НО 6. Қолдану дағдыларына сүйене отырып, инновациялардың маркетингтік құрамдас бөліктері саласындағы ұғымдық аппаратты пайдалана отырып, маркетинг саласындағы мамандарға да, мамандарға да (қазақ, орыс және шет тілдерінде) күнделікті және кәсіби қарым-қатынас жағдайларын білдіру, сөйлеу мінез-құлқын жоспарлау және ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді, оның ішінде жанжалдарды шешуді (қазақ, орыс және шет тілдерінде) жеткізу тәсілін таңдауды жүзеге асыру оқытылатын тілдің, инновациялық тауарлардың (қызметтердің) нормаларына сәйкес тұжырымның дұрыс грамматикалық нысандары мен синтаксистік құрылысы, бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілер арқылы қоғаммен сауатты құрылған және нәтижелі байланыс үшін этикалық және коммуникациялық нормалар негізінде материалдық емес активтер (брендтер).

НО 7. Әңгімелесуді қолдау үшін байланыс орнату және ықпал ету, презентация, шешендік өнер, әлеуметтік желілердегі өзара әрекеттесу және баспа жарнамасы арқылы маркетингтік қатынастарды ұзақ мерзімді құру, ұйымдастыру саласындағы мәселелерді шешу үшін келіссөздер жүргізу және өздерінің заңды құқықтарын талап ету арқылы мамандарға да, мамандарға да емес адамдарға ақпарат, идеялар, мәселелер мен шешімдерді жеткізу пайдалы бизнес, жұртшылықпен өзара тиімді ынтымақтастықты ұйымдастыру, ішкі және халықаралық нарықта сатудың қарапайымдылығын жүзеге асыру.

НО 8. Маркетингтік зерттеулерді орындау және сатуды жүзеге асыру үшін нақты жобалық тапсырманы жасау кезінде, брендті басқару құралдарын қолдана отырып, әлеуметтік зерттеулердің ерекшеліктерін қолдану кезінде басқарудың жүйелік тәсілін қолдану туралы ақпарат беру. Идеяларды тұжырымдау және хабарлау және сату саласындағы стратегиялық менеджменттің мәселелерін шешу, тауардың қозғалу схемаларын ұйымдастыру және оны тұтынушыға жеткізу, сапалы тауар құру, тұтастай алғанда компанияны басқару және сауатты басқару шешімдерін әзірлеу.

НО 9. Инновациялық жобаларды әзірлеу және іске асыру кезінде этикалық қағидаттарды қолдануды ескере отырып, ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды зерттелетін салада, оның ішінде мемлекеттік және шет тілдерінде қолдану.

НО 10. Статистикалық деректерді жинау мен талдауда және жобалық басқаруда қарым-қатынас маркетингі, ұйымды басқару және менеджмент шешімдерін қабылдау саласындағы фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану.

НО 11. Курстық және дипломдық жұмыстарды, практика туралы есептерді, мақалалар мен зерттеулерді дайындау және жазу кезінде Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.

НО 12. Кәсіби практикадан өту және дипломдық жұмысты (жобаны) жазу кезінде этикалық қағидаттарды қолдануды ескере отырып, академиялық жазудың, ғылыми зерттеулердің әдістері мен әдістерін қолдану және

		оларды зерттелетін салада, оның ішінде қазақ, орыс және шет тілдерінде қолдану.
Іске қорытындыларын нысандары	асыру шығару	Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтиханды дайындау және тапсыру

2. Білім беру бағдарламасының мазмұны

Модулдің аты	Оқыту нәтижелері	Көлемі	ECTS	Семестр	Модуль компоненттері					Қалыптастырылатын құзыреттер
					Пән коды	Пәннің атауы / проф. практик және т. б.	Пән циклы (ЖБП, БП, КП)	МК/ЖК/ ТК	Несиелер саны	
1. Жалпы модул										
Жалпы білім беру	<p>- осы саланың озық білімдеріне негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: әлемдік тарихи процестің құрамдас бөлігі ретінде Қазақстандағы адамзат қоғамының даму тарихы, Отандық тарихтың даму динамикасы (қозғаушы күштер, механизмдер, тенденциялар, тарихи даму заңдылықтары), тарихтың жалпы барысы (тарих құрылымы, оның динамикасы), халықтардың дәстүрлері мен мәдениеті философия тарихы, философия дамуының негізгі кезеңдері мен себеп-салдарлық байланыстары; философия дамуының қазіргі тенденциялары, діннің қоғамдағы қызметі мен әлеуметтік рөлі.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, аргументтер тұжырымдау және зерттелетін саланың проблемаларын шешу: Қазақстан тарихында себеп-салдарлық байланыстар орнату, салыстырмалы талдау негізінде тарихи оқиғалар мен құбылыстарды түсіну, тарихи білімді тәжірибеде шығармашылықпен қолдану; философияның дамуында себеп-салдарлық байланыстар орнату; кәсіби қызметте философияның негізгі заңдарын қолдану, философияның негізгі заңдарын анықтау белгілі бір мәдениет контекстіндегі дүниетанымдық мәселелер; Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-шараларға уақытында және белсенді жауап беру.</p> <p>- модуль пәндерін білу және түсіну арқылы әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіруді жүзеге асыру; дене шынықтыруды, денсаулықты нығайтуды, жоғары шығармашылық және кәсіби белсенділікке дайындықты қамтамасыз ететін білім, практикалық дағдылар жүйесін игеру арқылы салауатты өмір салтын жүргізу туралы;</p> <p>- байланыс орнату, сөйлесуді қолдау, синхронды қарым-қатынас дағдылары, келіссөздер жүргізу және өздерінің заңды құқықтарын талап ету қабілеті арқылы мамандарға да, мамандарға да ақпарат, идеялар, мәселелер мен шешімдерді жеткізу; ойыншылардың</p>	23	2	ІК1101	Қазақстан тарихы	ЖБП	МК	5	2гос	МК1 МК2 МК5 МК7
		2	ОЕР 1113	Экономика және кәсіпкерлік негіздері	ЖБП	ТК	5	емт		
		1	ОРАК 1113	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	ЖБП	ТК	5	емт		
		1	ЕВZh 1114	Экология және тіршілік қауіпсіздігі	ЖБП	ТК	5	емт		
		1,2,3, 4	DSh1(2, 3,4)112 FK 1(2,3,4) 112	Дене шынықтыру	ЖБП	МК	8	емт		
		3	FIL210 2	Философия	ЖБП	МК	5	емт		
		4	MNI 2204	Ғылыми зерттеулер әдістемесі	БП	ЖК	4	емт		

	<p>командадағы өзара әрекеттесуі, сөйлесуді қолдау, синхронды қарым-қатынас жасау және диалог жүргізу дағдылары туралы;</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: уақытты басқару; мәтіндік және өзге де материалдарды (әсіресе телебағдарламаларды) тиімді пайдалану; телеконференция режимінде жұмыс істей білу; топта, әсіресе оқытушысыз жұмыс істей білу; жазбаларды жүргізу, жазбаша жұмыстарды орындау және емтиханға дайындалу, білімді, іскерлікті тиімді пайдалану және өмірдегі дағдылар.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды зерттелетін салада қолдану; мәтіндік және өзге де материалдарды (әсіресе телебағдарламаларды) тиімді пайдалану; телеконференция режимінде жұмыс істей білу;</p> <p>- зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну; өзін-өзі бақылау күнделігін жүргізу, үй тапсырмаларын орындау, сондай-ақ жалпы білім беретін пәндер бойынша міндетті тапсырмаларды тапсыруға дайындалу;</p> <p>- Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну; практикалық тапсырмаларды орындау, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбалар жазу, сондай-ақ модульдің зерттелетін пәндері бойынша эсселер мен басқа да жазбаша жұмыстар жүргізу кезінде.</p>		2	ОМ111 16	Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері	ЖБП	МК	5	емт	
Әлеуметтік-саяси білім модулі	<p>- осы саланың озық біліміне негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: зерттелетін пәндердің ғылыми салаларының теориялары мен идеяларының мазмұны негізінде әлеуметтік коммуникацияның әртүрлі салаларындағы жағдайлардың табиғатын түсіну; қоғамды зерттеудің әртүрлі түрлерінің стратегиялары және нақты мәселелерді талдау үшін әдіснаманы таңдауды негіздеу;</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу: қоғамдағы қатынастардың нақты жағдайын әлеуметтік-гуманитарлық типтегі белгілі бір ғылым тұрғысынан бағалау, ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, оның даму перспективаларын жобалау; - қоғамдағы, оның ішінде кәсіби қоғамдағы жанжалды жағдайларды шешу бағдарламаларын әзірлеу.</p> <p>- модульдің (әлеуметтану, саясаттану, мәдениеттанушылар, психология) оқу пәндерін қалыптастыратын ғылымның барлық салаларында пәндік білімді (ұғымдар, идеялар, теориялар) түсіндіру және түсіндіру; - қоғамның әлеуметтік-этикалық құндылықтарын жүйелердегі интеграциялық процестердің өнімі ретінде түсіндіру әлеуметтік-саяси модуль пәндері бойынша базалық білім;</p>	8	1	Pol1109	Саясаттану	ЖБП	МК	2	емт	МК2 МК3 МК4 МК5
		2	Kul111 0	Мәдениеттану	ЖБП	МК	2	емт		
		2	Psi1111	Психология	ЖБП	МК	2	емт		
		1	Soc 1108	Әлеуметтану	ЖБП	МК	2	емт		

<p>- мамандарға да, маман нестерге де ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді хабарлау: әлеуметтік маңызы бар мәселелер бойынша өз пікірін дұрыс білдіру және дәлелді түрде қорғау; Қазақ қоғамының, саяси бағдарламалардың, мәдениеттің, тілдің, әлеуметтік және тұлғааралық қатынастардың дамуының әртүрлі кезеңдері туралы ақпаратты дәлелді және негізді ұсыну;</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: қазақ қоғамының дамуының әртүрлі кезеңдері, саяси бағдарламалар, мәдениет, тіл, әлеуметтік және тұлғааралық қатынастар, жеке тұлғалар психологиясы, олардың мәдени айырмашылықтары мен құндылықтары туралы ақпаратты дәлелді және негізді түрде ұсыну.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды ғылыми дәлелді психология біліміне сәйкес, сондай-ақ саясаттану мен қоғамның әлеуметтік өмірінің негізгі заңдарына негізделген модульдің зерттелетін пәндері шеңберінде зерттелетін салада қолдану.</p> <p>- психологиялық, әлеуметтік-саяси және мәдени білімнің зерттелетін саласында фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді түсіну және түсіну.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ эсселерді жазу кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну</p>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Білім беру бағдарламасының модульдері

<p align="center">Маркетинг теориясы</p>	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: маркетингтің теориялық негіздері мен тұжырымдамаларын білу; маркетингтік орта және оның құрамдас бөліктері; маркетингтік ақпарат және маркетингтік зерттеулер жүйелері.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдерді тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу: белгілі бір экономикалық жағдайда мәселелерді талдау және шешу</p>	<p align="center">19</p>	<p align="center">7</p>	<p align="center">MAA 4313</p>	<p align="center">Маркетингтік талдау және аудит</p>	<p align="center">КП</p>	<p align="center">ТК</p>	<p align="center">5</p>	<p align="center">емт</p>	<p align="center">МК 5 МК 7 НҚ2 НҚ6 НҚ7 АҚ3 АҚ5</p>
			<p align="center">3</p>	<p align="center">Mar 2206</p>	<p align="center">Маркетинг</p>	<p align="center">БП</p>	<p align="center">ЖК</p>	<p align="center">4</p>	<p align="center">емт</p>	
			<p align="center">4</p>	<p align="center">TPSO 1208</p>	<p align="center">Қоғаммен байланыс теориясы мен практикасы</p>	<p align="center">БП</p>	<p align="center">ЖК</p>	<p align="center">4</p>	<p align="center">емт</p>	

<p>үшін маркетингтік қызметтің негізгі ұғымдарын, принциптерін, әдістерін қолдану.</p> <p>- ұйымның негізгі ұйымдастырушылық - әдістемелік және нормативтік-техникалық құжаттамасын және онымен жұмыс істеу принциптерін байланыстыра отырып, <i>әлеуметтік, этикалық және ғылыми пайымдауларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинауды және түсіндіруді жүзеге асыру;</i> ұйымның маркетингтік қызметін талдау және сәйкестендіру негіздері; ұйымның негізгі бизнес-процестерін талдау және ресімдеу негіздері; тиімді басқару шешімдерін қабылдау тәртібі;</p> <p>- мамандарға да, мамандарға еместерге ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді жеткізу: маркетинг саласындағы ғылымның қазіргі жетістіктеріне байланысты мәселелерде; маркетинг тұжырымдамаларының эволюциясы; кәсіпорынның маркетингтік бағдары мен кәсіпорынның сату саясатының айырмашылығы</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: нақты тауарға немесе қызметке қатысты маркетинг кешенін әзірлеу бойынша; ұйымның қызметін реттейтін нормативтік құжаттармен және басқа да ақпараттық көздермен жұмыс істеу; қызметтің нақты жағдайларында маркетингтің</p>	2	UP 1214	Оқу практикасы	БП	ЖК	2	есеп	
	6	Mer 3223	Мерчандайзинг	БП	ТК	5	емт	
	5	SM 3229	Оқиға маркетингі	БП	ТК	5	емт	

	<p>кұқықтарын, міндеттері мен жауапкершілігін іске асыру; пайдаланушы режимінде компьютерлік техниканы пайдалану;</p> <p>- <i>ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды маркетинг жоспарын әзірлеу, бәсекелестерді бағалау, ұлттық және халықаралық деңгейде маркетингтік зерттеулер жасау шеңберінде, сондай-ақ жазбаша да, ауызша да ойды сапалы жеткізу дағдыларын үйрету үшін өз сөзіңізді сауатты құру кезінде зерттелетін салада қолдану.</i></p> <p>- <i>кәсіпорындардың маркетингтік және жарнамалық қызметі шеңберінде олардың арасындағы фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну, серіктестермен және клиенттермен тиімді қарым-қатынас жасау үшін өз сөздерін ауызша және жазбаша түрде рәсімдеу.</i></p> <p>- <i>дипломдық жұмыстарды, оқу практикасы туралы есепті және аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды жазу кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.</i></p>									
Жалпы экономикалық	- <i>осы саланың озық білімдеріне негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету:</i> білу: экономикалық процестердің даму заңдылықтары; экономикалық ойдың ұзақ эволюциясы	21	1	ЕТ 1205	Экономикалық теория	БП	ЖК	4	емт	МК7 МК8 МК9 НҚ8 АҚ1
			4	ВU 2209	Бухгалтерлік есеп	БП	ЖК	5	емт	АҚ3 АҚ5

<p>барысында құрылған негізгі тұжырымдамалар; нарықтық механизмнің жұмыс істеу принциптері, өзін-өзі реттеу және экономикаға Мемлекеттік әсер ету; бухгалтерлік баланстың мазмұны мен құрылымы, шаруашылық операциялардың әсерінен бухгалтерлік баланстың өзгеруі; негізгі бухгалтерлік есеп әдісінің элементтері.</p> <p>- <i>кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, аргументтерді тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу</i>: процестердің экономикалық құбылыстарының көрінісі мен нысандары туралы білімді жүйелеу; экономикалық құбылыстар мен заңдылықтарды ғылыми тану әдістерін практикада қолдану; экономикалық жүйедегі меншік қатынастарының орнын және жаһандық экономика заңдылықтарын түсіну және анықтау.</p> <p>- <i>мамандарға да, маман нестерге де ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді хабарлау</i>: ҚЕХС саласында терең білімді талап ететін элементтермен қаржылық есептілікпен жұмыс істеу кезінде; ұйымдарда бухгалтерлік есепті жүргізу бойынша: шаруашылық операцияларды есепке алу мен есептілікте, ҚЕХС және ХАА сәйкес шаруашылық қызметтің фактілері мен оқиғаларын көрсету; дамыған дағдылар, автономияның жоғары деңгейімен келесі деңгейде оқыту үшін қажет</p> <p>- <i>зерттелетін салада одан әрі оқытуды өз бетінше</i></p>	5	OBP 3210	Бизнес және кәсіпкерлікті ұйымдастыру	БП	ЖК	5	емт	АҚ6	
	2	ESE 2233	Экономикалық статистика және эконометрика	БП	ЖК	5	Емт		
		EMM 2234	Экономикалық-математикалық модельдеу						
	3	Fin 2212	Қаржы	БП	ЖК	5	емт		
	5	KMA BD 3236	Бизнес деректерін талдаудың сандық әдістері	БП	ЖК	5	емт		

<p>функциялары; персоналды басқару процесінің құрылысын анықтайтын факторлар кәсіпорындағы қызметтер; фирмалардың жіктелуі; фирмалардың ішкі және сыртқы ортасының факторлары.</p> <p>- <i>кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу:</i> кәсіпорындағы басқарудың қолданыстағы жүйесіне талдау жүргізу және бағалау; компания қызметкерлерінің мансабын жоспарлау; олардың кәсіби және әкімшілік өсуі; тиімді қызметті ынталандыру жүйелерін әзірлеу; олардың біліктілігін арттыру.</p> <p>- кәсіпорындағы басқарудың ұтымды құрылымын әзірлеу үшін әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіру; персоналды басқару саласында отандық және шетелдік тәжірибені жинақтауды пайдалану; кәсіпорындарда персоналды басқаруды қайта құру; кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалау; кәсіпорынның тауарлық ассортиментін талдау, ассортименттік саясатты қалыптастыру.</p> <p>- <i>мамандарға да, мамандарға да ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді хабарлау:</i> басқару функцияларын орындау үшін қажетті ақпаратты іздеу және талдау, белгілі бір ұйымда типтік басқару міндеттерін шешу; қазіргі жағдайда басқару, экономика және бизнестің</p>	6	BP 3306	Бизнес-жоспарлау	КП	ЖК	6	отчет	АҚ1 0
	7	RUR 4312	Басқару шешімдерін әзірлеу	КП	ТК	5	емт	АҚ1 1
	6	SMK 3313	Сапа менеджменті жүйесі	КП	ТК	5	емт	АҚ1 2
	7	SIP 4316	Интернетті сату стратегиясы	КП	ТК	5	емт	

<p>қазіргі теориялық және практикалық мәселелерінде.</p> <p>- <i>зерттелетін салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары:</i> тәуекелдік жағдайларды бағалау және тәуекелге қарсы іс-шараларды өткізудің уақтылы бағдарламаларын қалыптастыру; кәсіпорын қызметіне маркетингтік зерттеулер жүргізу; құжаттаманың әртүрлі түрлерін дайындау, құрастыру және бақылау; өткізу жүйесінде «тар жерлерді» бөлу дағдылары;</p> <p>- <i>ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды компанияны басқаруды ұйымдастыруда, фирманың тауарлары мен қызметтерінің жарнамасын ұйымдастыруда, сондай-ақ кәсіпорынның бизнес-жоспарларын қалыптастыру жүйесінде зерттелетін модуль пәндері аясында зерттелетін салада қолдану.</i></p> <p>- <i>бизнес-жоспарлау принциптерін, маркетингтік заңдарды және компанияның басқа да басқару қызметін ескере отырып, зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну</i></p> <p>- <i>бизнес-жоспарлау принциптерін, маркетингтік заңдарды және компанияның басқа да басқару қызметін ескере отырып, зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну</i></p>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды түсіну.									
Жобалық	- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: «логистиканың алты ережесін» орындау нәтижесінде қол жеткізілетін логистикалық қызметтің түпкі мақсаты; логистиканың маркетингпен, қаржымен және өндірісті жоспарлаумен функционалдық байланысы. - кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу: маркетинг саласындағы ғылымның қазіргі жетістіктеріне байланысты мәселелерде диплом алдындағы практикадан өту кезінде; маркетинг тұжырымдамаларының	32	6	B2B M	B2BM Маркетинг	БП	ЖК	5	емт	МК 5
			5	UPR 3229	Жобаларды басқару және бөлшек сауда	БП	ТК	5	емт	МК 6
				UP 4317	Өнімді басқару	БП	ТК	6	емт	НҚ1 НҚ 2
			8		Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтиханды дайындау және тапсыру			12		НҚ 4 НҚ 6
			8	PP 4304	Диплом алдындағы тәжірибе	КП	ЖК	6	отчет	НҚ 7
			7	MP 4308	Инновациялық жобалардың маркетингі	КП	ТК	5	емт	НҚ 8
			6	PM 3314	Жобалық маркетинг	КП	ТК	5	емт	АҚ1 АҚ2 АҚ3
			7	Log 3317	Логистика	КП	ТК	5	емт	АҚ7 АҚ9

	<p>эволюциясы; кәсіпорынның маркетингтік бағдары мен кәсіпорынның сату саясатының айырмашылығы., кәсіпорынның жылдық есептерінде көрсетілген негізгі техникалық-экономикалық көрсеткіштерге талдау жүргізу әдістемесінде; олардың динамикасын зерттеу; кәсіпорынның даму тенденциялары мен перспективаларын анықтау.</p> <p>- <i>Әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіру</i> кәсіпорынның аймақтық еңбек бөлінісіндегі орнын, оның аймақтың дамуындағы рөлін анықтау, кәсіпорынның даму тенденциялары мен перспективаларын анықтау, кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштері жоспарының орындалуын талдау; кәсіпорынды басқаруға, оның ұйымдастырушылық-басқарушылық және өндірістік құрылымдарына, студенттің дипломдық жұмысының тақырыбына тікелей байланысты мәселелермен айналысатын қызметті ұйымдастыруға талдау жүргізу, болашақ мамандардың білімі мен кәсіби дайындығын барабар бағалауға мүмкіндік беретін жауаптар беру.</p> <p>- <i>мамандарға да, мамандарға да ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді жеткізу:</i> кәсіпорынның тарихы, оның даму перспективалары, ұйымдық құрылымы; кәсіпорынның ұйымдық-құқықтық нысаны, меншік түрі, өндіріс түрі мен көлемі, салалық мамандануы, қуаты, персонал</p>	7	UIP33 18	Интернет-жобаларды басқару	КП	ТК	5	емт	
--	--	---	-------------	----------------------------	----	----	---	-----	--

<p>саны , кәсіпорынның маркетингтік қызметі, маркетинг қызметін ұйымдастыру, негізгі мақсаттары және маркетинг қызметі шешетін міндеттер; маркетингтің теориялық негіздері мен тұжырымдамалары.</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: кәсіпорын деректерін шығарылатын өнімнің сапа деңгейі, өнімге сұраныс, сондай-ақ кәсіпорын шығаратын өнімнің бәсекеге қабілеттілігі, кәсіпорынның нақты өніміне немесе қызметіне қатысты маркетинг кешенін әзірлеу, кәсіпорынның еңбек әлеуетін қалыптастыру және пайдалану бойынша зерттеу;</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды компанияның және өнімдердің жобалары мен тәуекелдерін басқару шеңберінде логистикалық процестерді ұйымдастыруда зерттелетін модуль пәндері шеңберінде зерттелетін салада қолдану.</p> <p>- жобаны басқару негіздерін, компанияның жақсы жұмыс істеуі үшін жабдықтау процестерін ұйымдастырудың принциптері мен әдістерін ескере отырып, зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну, ғылыми зерттеулер мен</p>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	аналитикалық жазбалар жазу, дипломдық жұмыс және практика туралы есептер, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстар									
Жарнамалық	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: өндірістік тәжірибеден өту кезінде жарнаманың заңдары, ережелері мен функциялары; жарнамалық мақсаттарды қою тәртібі мен мазмұны; жарнамалық өңдеу стильдері; жарнамалық ұрандарды құрастыру ережелері, жақсы ұрандарды жаманнан ажырата білу, ұрандарды әзірлеуге машықтану.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу: маркетингтік жағдайға сүйене отырып, жарнаманы таратудың тиісті құралын таңдау; жарнаманың барабар тасымалдаушысы; жарнамалық зерттеулер жүргізуде және зерттеу нәтижелерін практикалық қызметте қолдануда; тауарлар мен қызметтер нарығында кәсіпорынның фирмалық стилін әзірлеу.</p> <p>- жарнамалық атауды және жарнамалық ұрандарды талдаудың әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларын ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіруді жүзеге асыру; жарнаманың коммуникативті тиімділігін зерттеу әдістемесін меңгеру; жарнамалық</p>	30	4	PP 2214	Өндірістік практика	БП	ЖК	2	отчет	МК 3
			2	IP 1215	Презентация өнері	БП	ТК	4	емт	МК 5
				RSMI 1216	БАҚ-пен жұмыс					МК 7
			5	RPG 3227	Жарнама және баспа графикасы	БП	ТК	6	емт	НҚ1
			6	Кор 4231	Копирайтинг	БП	ТК	6	емт	НҚ 2
			4	ТАР 2212	Белсенді сату технологиясы	БП	ТК	4	емт	НҚ 3 НҚ 5 НҚ 6 НҚ 7 АҚ2 АҚ 3 АҚ 4 АҚ 7 АҚ 8 АҚ 12

<p>стратегияны, жарнамалық-ақпараттық материалдарды әзірлеу; қызмет көрсету кәсіпорнының жарнамалық науқанын ұйымдастыру және өткізу;</p> <p>- мамандарға да, маман еместерге де ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді хабарлау:</p> <p>тәуекелдік жағдайларды бағалау және Тәуекелге қарсы іс-шараларды өткізудің уақтылы бағдарламаларын қалыптастыру; кәсіпорын қызметіне маркетингтік зерттеулер жүргізу; құжаттаманың әртүрлі түрлерін дайындау, құрастыру және бақылау; өткізу жүйесінде "тар жерлерді" бөлу дағдылары;</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: өндірістік практикадан өту кезінде ұйымдардың практикалық қызметінде маркетингтік зерттеулер мен бенчмаркинг нәтижесінде алынған ақпаратты пайдалана білу.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды практика бойынша есепті сапалы жазу үшін, сондай-ақ белсенді сату технологиясы, копирайтинг және сапалы баяндамалар дайындау дағдыларын игеру үшін зерттелетін модуль пәндері шеңберінде зерттелетін салада қолдану.</p> <p>- өнімдерді, сатылымдар мен қызметтерді сауатты ұсыну үшін, сондай-ақ тәжірибе туралы есептер жазу кезінде зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбалар жазу, тәжірибе туралы есептер, сондай-ақ очерктер және модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстар.</p>									
Ақпараттық	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: компьютерлер мен компьютерлік желілердің аппараттық және бағдарламалық жасақтамасының жағдайы мен болашағы.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолданыңыз, дәлелдер келтіріңіз және зерттелетін саланың мәселелерін шешіңіз: маркетингтік стратегияны әзірлеуде және интернетте жарнамалық науқанды жүзеге асыруда, сайтты жылжыту кезінде тікелей немесе жанама түрде байланысты маркетинг құралдарын қолдануда.</p> <p>- Әлеуметтік, этикалық және ғылыми пайымдауларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинауды және түсіндіруді жүзеге асыру: модуль пәндерін білу және түсіну; базалық электрондық коммерция; электрондық және виртуалды ортадағы коммерциялық этика;</p> <p>- мамандарға да, мамандарға да ақпаратты, идеяларды, мәселелер мен шешімдерді жеткізу: байланыс орнату,</p>	12	7	МКCS 4318	Сандық ортадағы маркетингтік коммуникациялар	БП	ТК	6	емт.	МК 5 МК 6
			4	CSI 2218	Интернет желісіндегі баға белгілеу	БП	ТК	6	емт	НҚ3
			5	DM 3223	Digital-маркетинг	БП	ТК	6	емт	НҚ5 НҚ7
			6	EBMR 3227	Халықаралық нарықтағы электрондық бизнес	БП	ТК	5	емт	АҚ2 АҚ 4
			8	PP 4303	Өндірістік практика	КП	ЖК	12	есеп	АҚ 7 АҚ 10 АҚ 12

<p>сөйлесуді қолдау, синхронды қарым-қатынас дағдылары, келіссөздер жүргізу және өздерінің заңды құқықтарын талап ету.</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: уақытты басқару; мәтіндік және басқа материалдарды (әсіресе телешоуларды) тиімді пайдалану.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды ақпараттық-коммуникациялық технологияларды зерделеу және есепке алу мен басқаруды компьютерлендіру кезінде модульдің зерттелетін пәндері шеңберінде зерттелетін салада қолдану.</p> <p>- есепті компьютерлендіру мен автоматтандырудың зерттелетін саласында, ақпараттық-коммуникациялық технологияларда, оның ішінде шет тілінде фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды түсіну.</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Имиджелі	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: брендтер\брендтердің жіктелуі; бренд модельдері; адалдық және брендті басқару бағдарламаларын әзірлеу процесі; брендингтегі маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары; компанияның брендтік саясатын тиімді басқару мақсатында интеграцияланған маркетингтік коммуникацияларды қалыптастыру, сондай-ақ брендке аудит және бағалау жүргізу процесі.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу: жарнамада кескін құру үшін имиджологияның формалары мен әдістерін таңдауды жүзеге асыру; корпоративті имиджді басқару; практикалық мәселелерді шешу үшін имиджология технологиялары мен құралдарын қолдану.</p> <p>- ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің, оны идеалды бейнені құруды талдауда қолданудың негізгі әдістерімен, тәсілдерімен және құралдарымен бірге әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіру.</p> <p>- мамандарға да, маман еместерге ақпаратты, идеяларды, мәселелер мен шешімдерді жеткізу: брендтің жіктелуін анықтау; бренд моделін әзірлеу; брендті орналастырудың маркетингтік стратегияларын әзірлеу.</p>	15	5	BBM 3301	Брендинг және брендті басқару	КП	ЖК	5	емт	МК 5 НҚЗ АҚ 10 АҚ 11
		7	SB 4307	Self-брендинг	КП	ТК	6	емт		

<p>- оқытылатын салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: брендті практикалық қалыптастыру, басқару және жылжыту; тауарлар мен қызметтер нарығында кәсіпорынның фирмалық стилін әзірлеу, маркетингтік басқару құралдарының әдіснамасын меңгеру.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды сапалы брендті көрсету, өнім мен қызмет туралы және тұтастай алғанда компанияның өзі туралы хабардар болу үшін зерттелетін модуль пәндері аясында зерттелетін салада қолдану.</p> <p>- брендті сауатты құру және сату принциптерін ескере отырып, сондай-ақ имидждік технологияларды қолдану жағдайында зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды түсіну.</p>									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<p style="text-align: center;">Әлеуметтік</p>	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: әлеуметтік маркетингтің негізгі ұғымдары мен категорияларының мәні мен мазмұны; әлеуметтік маркетингтің әдіснамалық негіздері; Әлеуметтік маркетинг саласындағы сараптамалық консалтингтік және аналитикалық қызметті жүзеге асырудағы әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдардың әдістері мен теориялары; коммерциялық және коммерциялық емес саладағы маркетингтік қызметтің әлеуметтік маңызы; әлеуметтік маркетингтің негізгі шетелде және ҚР-да қоғамдық байланыстарды ұйымдастыру тұжырымдамалары, әлемдік PR-менеджменттің негізгі үрдістері.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың</p>	<p>24</p>	4	PRM 2217	PR-менеджмент	БП	ТК	6	емт	<p>МК 5 МК 6 НҚ4 НҚ5 НҚ6 АҚ8 АҚ1 0 АҚ1 1 АҚ1 2</p>
			6	PPCJ M 3219	Тұтынушылардың мінез-құлқы және CJM	БП	ТК	5	емт	
			7	Кон 4309	Конфликтология	КП	ТК	5	емт	
			7	SMM 4221	Әлеуметтік медиа маркетингі (SMM)	БП	ТК	5	емт	

	<p><i>мәселелерін шешу:</i> әлеуметтік маркетинг мәселелерінің кең ауқымын, маркетингтік қызметтің экономикалық және әлеуметтік-психологиялық аспектілерін талдау; әлеуметтік маркетинг саласындағы сарапшы, талдаушы және кеңесші ретінде әрекет ету; әлеуметтік маңызды жобаларды жоспарлау және қоғамдық пікірді зерттеу саласындағы жұмыстарды жобалауды жүзеге асыру: маркетингтік қызметтің жұмысын ұйымдастырыңыз.</p> <p>- әлеуметтік жобалар мен науқандарды маркетингтік жоспарлау әдістерін қолдану кезінде әлеуметтік, этикалық және ғылыми пайымдауларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинауды және түсіндіруді жүзеге асыру; әлеуметтік жобалар мен науқандарды жүргізу кезінде коммуникациялық саясатты қалыптастыру; Коммерциялық емес ұйымның қызметіне қатысуға, сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу және модельдеу және сатып алу туралы шешім қабылдау саласында мақсатты аудиторияны тарту әдістерін әзірлеу.</p> <p>- мамандарға да, мамандарға да ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді жеткізу: жанжалды жағдайларды талдауда категориялық аппаратты пайдалану; жанжалдарды реттеу технологияларын қолдану, клиенттермен қарым-қатынасты дамыту, өнімнің жаңа түрлерін дамыту бойынша жаңа нарықтық мүмкіндіктерді анықтай білу</p>			MNO 4222	Коммерциялық емес маркетинг				сmt	
--	--	--	--	-------------	-----------------------------	--	--	--	-----	--

<p>- оқытылатын салада одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: әлеуметтік маңызы бар проблемаларды ілгерілету; корпоративтік мәдениетті, фандрейзингті зерттеу, ұйымды орналастыру; мақсатты аудиториямен тиімді қарым-қатынас құру тәсілдері; жанжалдарды объективті талдаудың принциптері мен әдіснамасын меңгеру.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды зерттелетін модуль пәндері шеңберінде ұжымдағы жанжалдарды және басқа да әлеуметтік процестерді сапалы басқару үшін, сондай-ақ брендтің танылуы мен әлеуметтік маңыздылығы үшін өнімдер мен самопиарды ілгерілету үшін қолдану.</p> <p>- жанжалсыз диалог жүргізу және қоғаммен өзара әрекеттесу принциптерін қолдануды ескере отырып, зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу және түсіну.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды түсіну.</p>									
1. Қосымша модульдер									

Коммуникативті	<p>- осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету: оқытылатын тілдің грамматикасы, емлесі, лексикасы және фразеологиясы; компьютерлер мен компьютерлік желілердің аппараттық және бағдарламалық қамтамасыз етуінің жай-күйі мен перспективалары туралы; міндеттерді алгоритмдеу, тиімді алгоритмдер құру негіздері; бухгалтерлік есеп жүргізу негіздері.</p> <p>- кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолданыңыз, дәлелдер келтіріңіз және зерттелетін саланың мәселелерін шешіңіз: қарым-қатынастың әртүрлі салалары мен жағдайларында; ойды жобалауда тілдік құралдарды дұрыс қолданыңыз.</p> <p>- Әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және түсіндіру: модуль пәндерін білу және түсіну арқылы; ұйымдағы этикалық мінез-құлық туралы тұтас түсінік қалыптастыру; бизнес этикасының теориялық және қолданбалы аспектілерін басшылыққа алу.</p> <p>- мамандарға да, мамандарға да ақпаратты, идеяларды, проблемалар мен шешімдерді жеткізу: байланыс орнату, сөйлесуді қолдау, синхронды қарым-қатынас дағдылары, келісе білу және өзінің заңды құқықтарын талап ету; іскери серіктестермен тиімді қарым-қатынаста, қазіргі заманғы бизнестің іскерлік коммуникациялары саласындағы моральдық мәселелерді шешуде.</p> <p>- оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары: уақытты басқару; мәтіндік және өзге де материалдарды (әсіресе телебағдарламаларды) тиімді пайдалану; телеконференция режимінде жұмыс істей білу; топта, әсіресе оқытушысыз жұмыс істей білу.</p> <p>- ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білу және оларды инвестициялық принциптерді әзірлеу мен іске асыруда экономикалық принциптерді қолдануды ескере отырып, зерттелетін салада, оның ішінде мемлекеттік және шет тілдерінде қолдану. жобалар.</p> <p>- зерттелетін салада фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану; шет тілінде сөйлеу тілі мен ғылыми тақырыптарға жазудың негізгі заңдылықтарын ескере отырып.</p> <p>- практикалық тапсырмаларды орындау кезінде академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын, ғылыми зерттеулер мен аналитикалық жазбаларды, сондай-ақ очерктер мен</p>	41	1	K(R) Ya 1103	Қазақша (орыс) тілі	ЖБП	МК	5	емт.	МК1 МК5 НК5 НК7 АҚ3 АҚ7
		5	EDO 323г	Іскерлік қарым-қатынас этикасы	БП	ТК	5	емт		
		6	PP3302	Өндірістік практика	КП	ЖК	2	есеп		
		1	ІКТ 1107	Ағылшын тіліндегі ақпараттық коммуникациялық технологиялар	ЖБП	МК	5	емт		
		2	K(R) Ya 1104	Қазақша (орыс) тілі	ЖБП	МК	5	емт		
		3	IYaPKRO 2203	Шет тілі: сөйлеу мәдениеті бойынша семинар	БП	ЖК	5	емт		
		1	Iya 1105	Шет тілі	ЖБП	МК	5	емт		
		2	Iya 1106	Шет тілі	ЖБП	МК	5	емт		

	модульдің зерттелетін пәндері бойынша басқа да жазбаша жұмыстарды түсіну.		4	РОІҮа 2201	Кәсіби бағытталған шет тілі	БП	ЖК	3	емт	
			3	РК(Р)Үа 2202	Кәсіби қазақ (орыс)тілі	БП	ЖК	3	емт	
Барлық оқу курсы үшін барлығы			240							

3. Құзыреттердің, оқыту нәтижелерінің, бағалау әдістері мен критерийлерінің өзара байланысы кестесі

Дублин дескрипторлары	ББ бітірушінің құзыреті	Оқытудың күтілетін нәтижелерінде көрсетілген құзыреттер	Бағалау әдісінің атауы	Оқыту нәтижелеріне қол жеткізу дәрежесін бағалау критерийлері
Жалпы құзыреттер				
1. Осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету.	МК1 МК 3 МК 4 МК 5	НО1	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.1 К 1.2 К 1.3 К 1.4 К 1.5 К 1.6 К 2.4 К 2.5 К 2.6
2. Кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу.	МК 8 МК 9 МК 10 МК 11 МК 12 МК 13 МК 14	НО 2 НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.7 К 1.8 К 1.9 К 1.10 К 2.1 К 2.2 К 2.3 К 3.2 К 4.1 К 4.3 К 5.1 К 6.2 К 8.2
3. Әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды еАҚере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпарат жинау және түсіндіру.	МК 3 МК 13 МК 14	НО 4 НО 5	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.10 К 2.10 К 3.1 К 3.3 К 3.4 К 3.8 К 4.5 К 6.5 К 7.3 К 8.11
4. Оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін теориялық және практикалық білімді қолдану.	МК 12 МК 22	НО 3 НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және	К 1.1 К 1.2 К 1.3

			бекіту ережесінде.	К 2.7 К 2.8 К 2.9 К 3.6 К 4.2 К 4.6 К 6.8 К 8.8 К 8.9
5. Оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары.	МК 11 МК 19 МК 20	НО 3 НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.10 К 2.4 К 2.7 К 3.7 К 4.3 К 4.9 К 5.1 К 5.2 К 5.3 К 5.4 К 5.5 К 6.6 К 7.3 К 8.3 К 8.7
6. Ғылыми зерттеу және академиялық жазу әдістерін білу.	МК 8 МК 21 МК 23	НО 9 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 3.6 К 5.7 К 6.2 К 6.4 К 6.7 К 6.9 К 6.10 К 6.11 К 6.12 К 8.10 К 9.3
7. Фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану.	МК 23	НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4

8. Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.	МК 9 МК 10 МК 17	НО 9 НО 10 НО 11 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 5.4 К 6.6 К 6.9 К 6.11 К 7.2
Негізгі құзыреттер				
1. Осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету.	НҚ 1 НҚ 2	НО 1	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.1 К 1.2 К 1.3 К 1.4 К 1.5 К 1.6 К 2.4 К 2.5 К 2.6 К 9.1
2. Кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу.	НҚ 3 НҚ 4 НҚ 6	НО 2 НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.7 К 1.8 К 1.9 К 1.10 К 2.1 К 2.2 К 2.3 К 3.2 К 4.1 К 4.3 К 5.1 К 6.2 К 8.2 К 8.6
3. Әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпарат жинау және түсіндіру.	НҚ 4 НҚ 6 НҚ 7	НО 2 НО 4	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.10 К 2.10 К 3.1 К 3.3 К 3.4 К 3.8 К 4.5 К 6.5 К 7.3 К 8.11

4. Оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін теориялық және практикалық білімді қолдану.	НҚ 5 НҚ 8	НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.1 К 1.2 К 1.3 К 2.7 К 2.8 К 2.9 К 3.6 К 4.2 К 4.6 К 6.8 К 8.8 К 8.9 К 8.5
5. Оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары.	НҚ 1 НҚ 6 НҚ 7	НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.10 К 2.4 К 2.7 К 3.7 К 4.3 К 4.4 К 4.9 К 4.10 К 5.1 К 5.2 К 5.3 К 5.4 К 5.5 К 6.6 К 7.3 К 8.3 К 8.7
6. Ғылыми зерттеу және академиялық жазу әдістерін білу.	НҚ 5 НҚ 7	НО 9 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 3.6 К 5.7 К 6.2 К 6.4 К 6.7 К 6.9 К 6.10 К 6.11 К 6.12 К 8.10

7. Фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану.	НҚ 8	НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4
8. Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.	НҚ 1 НҚ 5 НҚ 8	НО 9 НО 10 НО 11 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 5.4 К 6.6 К 6.9 К 6.11 К 7.2
Арнайы құзыреттер				
1. Осы саладағы озық білімге негізделген зерттелетін саладағы білім мен түсінікті көрсету.	АҚ 1 АҚ 2 АҚ 3	НО 1	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.1 К 1.2 К 1.3 К 1.4 К 1.5 К 1.6 К 2.4 К 2.5 К 2.6 К 9.1
2. Кәсіби деңгейде білім мен түсініктерді қолдану, дәлелдер тұжырымдау және зерттелетін саланың мәселелерін шешу.	АҚ 5 АҚ 7 АҚ 8	НО 2 НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.7 К 1.8 К 1.9 К 1.10 К 2.1 К 2.2 К 2.3 К 3.2 К 4.1 К 4.3 К 5.1 К 6.2 К 8.2 К 8.6

3. Әлеуметтік, этикалық және ғылыми пайымдауларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпаратты жинауды және түсіндіруді жүзеге асыру.	АҚ 10 АҚ 11 АҚ 12	НО 2 НО 4 НО 5	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.10 К 2.10 К 3.1 К 3.3 К 3.4 К 3.8 К 4.5 К 6.5 К 7.3 К 8.11
4. Оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді анықтау үшін теорема мен практикалық мәндерді қолданыңыз.	АҚ 3 АҚ 4	НО 3	Бағалаудың ұсынылатын әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 1.1 К 1.2 К 1.3 К 2.7 К 2.8 К 2.9 К 3.6 К 4.2 К 4.6 К 4.10 К 6.8 К 8.1 К 8.8 К 8.9 К 8.5
5. Оқытылатын салада одан әрі оқуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары.	АҚ 1 АҚ 2 АҚ 3 АҚ 6	НО 3 НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.10 К 2.4 К 2.7 К 3.7 К 4.3 К 4.9 К 5.1 К 5.2 К 5.3 К 5.4 К 5.5 К 6.6 К 7.3 К 8.1 К 8.3 К 8.7
6. Ғылыми зерттеу және академиялық жазу әдістерін білу.	АҚ 4 АҚ 12	НО 9 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын	К 3.6 К 5.7

			әдістері әзірлеу және бекіту бойынша қосымшада бар	К 6.2 К 6.4 К 6.7 К 6.9 К 6.10 К 6.11 К 6.12 К 8.10 К 9.3
7. Фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану.	АҚ 8 АҚ 9 АҚ 10 АҚ 11	НО 10	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4
8. Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.	АҚ 1 АҚ 6	НО 9 НО 10 НО 11 НО 12	Бағалаудың ұсынылатын әдістері ББ әзірлеу және бекіту ережесінде.	К 5.4 К 6.6 К 6.9 К 6.11 К 7.2 К 9.4 К 9.5 К 9.6 К 9.7

4. Оқу пәндерінің көмегімен білім беру бағдарламасы бойынша қалыптастырылатын оқу нәтижелеріне қол жеткізу матрицасы

№	Пәннің атауы	Пәннің қысқаша сипаттамасы (30-50 сөз)	Кредиттер саны	Қалыптастырылатын Оқыту нәтижелері (кодтар)											
				НО1	НО2	НО3	НО4	НО5	НО6	НО7	НО8	НО9	НО10	НО11	НО12
				Жалпы білім беретін пәндер циклі Жоғары оқу орнының компоненті / таңдау компоненті											

1	<p>Құқық және жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері Основы права и антикоррупционной культуры Fundamentals of Anti-Corruption Culture and Basics of Law</p>	<p>Бұл пән құқық ұғымын, көздерін, субъектілерін, әдістерін зерттеуге арналған. Қазақстан Республикасының құқығындағы жауапкершілік институтына сипаттама беріледі. Сондай-ақ сыбайлас жемқорлықтың тұжырымдамасын, мәнін және шығу себептерін, сыбайлас жемқорлық құқық бұзушылықтар үшін моральдық-адамгершілік және құқықтық жауапкершілік шараларын, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл саласындағы қолданыстағы заңнаманы зерделеу</p>	5	v	v					v				v	
2	<p>Экология және тіршілік қауіпсіздігі Экология и безопасность жизнедеятельности Ecology and Life Safety</p>	<p>Пән адам мен биосфера өзегіне енетін жалпы экологиялық мәселелерді қарастырады. Білім алушыларда экологиялық ойлауды қалыптастыруға бағытталған, экологиялық қауіпсіздік, тіршілік қауіпсіздігі, биосфераның ластану көздері мен деңгейлері, халықты қорғау тәсілдері, құтқару жұмыстарын ұйымдастыру, төтенше жағдайларда олардың жұмысының тұрақтылығын арттыру жөніндегі іс-шаралар, халықтың іс-қимылдары, азаматтық қорғаныстың қорғаныш құрылыстары және олардың құрылғылары, халықты</p>	5	v		v				v					v

		Азаматтық қорғаныс бойынша оқыту бойынша бөлімдерді қамтиды.												
3	Экономика және кәсіпкерлік негіздері Основы экономики и предпринимательства Fundamentals of Economics and Entrepreneurship	Бұл пәнді оқытудың мақсаты-өмірдің әртүрлі салаларында экономикалық білім мен экономикалық ғылым әдістерінің негіздерін қолдану қабілетін, кәсіби қызметте оңтайлы ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдер қабылдау қабілетін қалыптастыру. Осы пәнді оқу барысында студенттер кәсіпкерлік қызмет саласындағы негізгі ұғымдарды меңгереді, ҚР-дағы кәсіпкерлік саласындағы нормативтік құжаттармен, нарықтық экономиканы реттеудің негізгі тетіктерімен, ҚР-да Бизнесті ұйымдастыру нысандарымен, белгілі бір мақсаттарға сәйкес бизнес-жоспар жазу әдіснамасымен, нарық инфрақұрылымының (оның ішінде қаржылық) негізгі элементтерімен танысады, нарық инфрақұрылымының (оның ішінде қаржылық) негізгі ең тиімді әрекеттерді анықтауға арналған негізгі формалар мен құралдар, бизнес-идеяны бағалау және бизнес-жоспар жазу үшін бастапқы деректерді жинау және талдау; жобаның коммерциялық	5	v			v		v				v	v

		перспективаларын бағалау; бизнес инфрақұрылымының элементтерін, оның ішінде мемлекеттік қолдауды сауатты пайдалану, қалыптасқан жағдайларда кәсіпорынның тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету.													
4	Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері Общенаучные методы исследований General scientific research methods	Бұл пән ғылыми зерттеулерді, инновациялық қызметті жоспарлау, ұйымдастыру және басқару саласындағы негізгі ұғымдар мен анықтамаларды қарастырады, сондай-ақ оқу дағдыларын қалыптастыруға, академиялық мәтіндерді құруға және зерттеу нәтижелерін жазбаша ұсынуға бағытталған	5	v			v				v			v	v
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент															
5	Кәсіби бағдарланған шет тілі Профессиональн о-ориентированный иностранный язык English for Specific Purposes	Пән студенттерді болашақ мамандығы бойынша кәсіптік-бағдарланған оқытуды жүзеге асырады. Ағылшын тілінде барабар кәсіби қызмет үшін қажетті болашақ мамандығы үшін студенттердің коммуникативтік құзыреттілігін қалыптастыру, оқытудың кәсіби бағыттылығы қағидатын іске асыруды білдіреді.	3		v				v		v	v			
6	Кәсіби қазақ (орыс) тілі Профессиональн	Пән студенттерге білім беру бағдарламасы бойынша қазақ тілін кәсіптік-	3	v		v			v		v	v			

	ый қазақский (русский)язык Professional Kazakh (Russian) Language	бағдарланған оқытуды жүзеге асырады. Студенттерді кәсіптік қазақ тіліне оқыту-оқытудың кәсіптік бағдарлану қағидатын іске асыру, студенттерде екі тілді коммуникативтік құзыреттілікті, белсенді вокабулярды және кәсіби қызметке, оның ішінде педагогикалық қызметке қажетті болашақ мамандығы үшін қазақ тілінде сөйлеу негіздерін қалыптастыру.													
7	Ғылыми зерттеулер әдістемесі/ Методика научных исследований Methods of Research	Білім алушыларда ғылыми-зерттеу қызметінің дағдыларын қалыптастырады, білім алушыларды ғылыми білімге, олардың ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізуге дайындығы мен қабілетіне баулиды. Білім алушылардың зерттелетін пәндер мен ғылым салаларының теориялық білімдерін тереңдетуге және бекітуге ықпал етеді, сондай-ақ білім алушылардың ғылыми зерттеулер жүргізудегі, алынған нәтижелерді талдаудағы және қызметтің қандай да бір түрін жетілдіру жөнінде ұсынымдар әзірлеудегі практикалық іскерліктерін дамытады.	4		v	v			v	v		v	v		
8	Шет тілі: тілдік қарым-қатынас мәдениеті	Пән жазбаша да, ауызша да әртүрлі практикалық жаттығуларды орындау	5			v			v	v		v			

	бойынша практикум Иностранний язык: практикум по культуре речевого общения Foreign Language: Practical Aspects of Communication Culture	барысында сөйлеуді түсіну, ағылшын тілінің лексикалық-грамматикалық құрылымдарын қолдану дағдыларын жетілдіруді көздейді. Студенттер жаңа тілдік құралдарды, соның ішінде лексикалық- грамматикалық құралдарды игеруге, зерттелетін тілдің тілдік құбылыстары туралы білімді, қажетті коммуникативті әсерге жету үшін ойды білдірудің әртүрлі тәсілдерін игеруге қосымша мүмкіндік алады.												
9	Экономика ілімдері Экономическая теория Theory of Economics	Адамдардың қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру үшін шектеулі ресурстар жағдайында таңдау мәселесін зерттейді, көптеген мектептер мен бағыттардан тұрады. Экономикалық теорияның негізгі міндеті-шындықтың модельдерін қолдана отырып, экономикалық өмірде болып жатқан оқиғаларға түсініктеме беру, нақты экономиканы көрсету.	4	v	v	v					v		v	
10	Маркетинг Маркетинг Marketing	Маркетингтің әртүрлі түрлерін, ұйымдардағы маркетингтік жүйелердің жұмыс істеу принциптері мен тетіктерін сипаттайтын негізгі ұғымдар мен терминдерді қарастырады, қазіргі заманғы маркетингтің теориялық негіздерін ,маркетингтік тұжырымдамалар мен	4		v		v		v					

		нарықтық процестерді, ұйымның қысқа, орта және ұзақ мерзімді маркетингтік міндеттерін жүзеге асырудың заманауи маркетингтік құралдарын, сондай-ақ жұмыстарды ұйымдастыру және жарнама қызметтерін жеткізушілермен жұмыс құру.													
11	Менеджмент Менеджмент Management	Жену ғылымы мен өнерін, еңбекті, адамдардың мінез-құлқы мен интеллектісін пайдалана отырып, алға қойған мақсаттарға қол жеткізу қабілетін, сондай-ақ ұйымдастырылмаған элементтерді тиімді өндірістік күшке айналдыру мақсатында адамдарға мақсатты әсер етуді зерттейді.	4		v		v	v					v		
12	Қоғаммен байланыс теориясы мен практикасы Теория и практика связей с общественностью Theory and Practice of Public Relations	"Қоғаммен байланыс теориясы мен практикасы" пәні қоғаммен байланыс теориясы мен практикасының негізгі тұжырымдамалық мәселелерін жүйелі және тұтас баяндауға бағытталған. Пәннің мақсаты білім алушылардың қоғаммен байланыс теориясы мен практикасы саласында терең білімдерін қалыптастыру болып табылады. Бұдан басқа, білім алушыларды қабылданатын күш-жігердің тиімділік дәрежесін анықтауға	3		v				v	v					

		үйрету, сондай-ақ білім алушыларда фирманың өз жұртшылығымен қарым-қатынасын оңтайландыруға бағытталған ақпараттық науқандарды әзірлеу және практикалық іске асыру үшін қажетті білім мен дағдылар кешенін қалыптастыру мақсаты қойылады.													
13	Бухгалтерлік есеп Бухгалтерский учет Accounting	Студенттерде бухгалтерлік есепті заңнамалық және нормативтік реттеу туралы білімді қалыптастырады, бухгалтерлік есептің негізгі ережелері мен әдістерін игереді, экономикалық операцияларды анықтау, бағалау, жіктеу және жүйелеу дағдыларын алады және студенттердің ұйымдастырушылық-басқарушылық қызметтегі міндеттерді шешу үшін қажетті және жеткілікті кәсіби құзыреттілік деңгейін игереді.	5		v		v	v							
14	Бизнесті ұйымдастыру және кәсіпкерлік Организация бизнеса и предпринимательство Business organization and entrepreneurship	Бұл пән мынадай әмбебап құзыреттерді қалыптастыруға көмектеседі: инновацияларды қолдану қабілеті, ресурстарға қажеттілікті бағалау және оларды пайдалануды жоспарлау қабілеті, жаңа идеяларды қалыптастыру және кәсіби қызметтегі міндеттерді шешуде оларды іске асыру тәсілдерін табу қабілеті.	5		v		v		v						

15	Қаржы Финансы Finances	"Қаржы" курсы игеру студенттерге мамандық бойынша тұжырымдамалық аппаратты игеруге және кәсіби құзыреттілікті дамытуға бағытталған оның қолданбалы пәндерін оқуға дайындалуға мүмкіндік береді. қаржының теориялық және практикалық негіздерін макро және микро деңгейде игеру, қаржының мәні мен функцияларын, олардың көбею процесіндегі рөлін теориялық тұрғыдан негіздеу.	5			v		v		v					
16	Белсенді сатылымдар технологиясы Технология активных продаж Active sales technology	Пән студенттердің экономикалық қызметтегі сату технологиясының негіздері, қызмет көрсету және сату процесінің мазмұны туралы түсініктерін қалыптастыруға, кәсіпорынның клиенттермен қарым-қатынасының құжаттық дизайнын зерттеуге бағытталған. Ол үшін баға белгіледі, сатуды қалыптастыру технологиясының жалпы модельдерін қарастыру қажет; өнімге қызмет көрсету және сату процесінің мазмұнын зерттеу; сату технологиясы ұғымының мәні мен мазмұнын ашу; кәсіпорынның клиентпен қарым-қатынасының	4			v	v	v			v			v	

		күжаттық дизайнымен таныстыру.													
17	Учебная практика (Оқу практикасы) Educational Practice	Болашаққа байланысты жұмыстардың белгілі бір түрлерін орындау процесінде білім алушылардың құзыреттерін қалыптастырады кәсіби қызметпен айналысады. Тәжірибе үздіксіздікті қамтамасыз етуге бағытталған және білім алушылардың кәсіптік қызметті игеру реттілігі түлектерді даярлау деңгейіне қойылатын талаптарға сәйкес жалпы кәсіби және кәсіби құзыреттіліктер.	2	v	v		v		v			v		v	
18	Производственная (Өндірістік) практика On-the-job internship	Алынған білім көлемін бекітеді, кеңейтеді, тереңдетеді және жүйелейді қызметін зерделеу негізінде кәсіптік және арнайы пәндерді зерделеу кәсіпорындар салалар және қажетті дағдылар мен дағдыларды игеру мамандығы бойынша жұмыс, қажетті жоспарлы-есепті, есептік жұмыстарды жинау, ұйымдастыру-өкімдік құжаттама және жедел ақпарат негізінде дипломдық жұмыс жүргізілетін кәсіпорынға.	2		v		v		v	v			v	v	
19	Презентация өнері Искусство презентации	Пән жалпы ғылыми цикл пәндеріне жатады, жалпы кәсіби және мамандандырылған цикл	4								v	v	v		

	Art of presentation	пәндерін оқу базасын құруға арналған. Пәнді зерделеу шеңберінде баяндамашы қойған мақсатты – ең алдымен жобаны ұсыну мен қорғауды тиімді іске асыруға мүмкіндік беретін презентацияны (презентация құрылымы, көпшілік алдында сөйлеу өнері және презентация процесінің басқа да коммуникативтік компоненттері) дайындауға байланысты проблемалар қарастырылады.												
20	БАҚ-пен жұмыс Работа со СМИ Working with the Media	"БАҚ-пен жұмыс" пәні баспасөз қызметінің теориялық негіздеріне бағытталған. Пәнді игерудің мақсаты қоғаммен байланыс саласындағы кәсіби қызметкердің әртүрлі медиа және ойын-сауық индустриясының өкілдерімен өзара іс-қимыл принциптерін жүйелі түсінуді қалыптастыру, сондай-ақ аудио, фото және бейне контентті өз бетінше құрудың бастапқы дағдыларын игеру болып табылады.	4		v		v		v	v		v		
21	PR-менеджмент PR-менеджмент PR management	"PR – менеджмент" пәнін игерудің мақсаты білім алушыларда қоғамдық қатынастар институтының жұмыс істеу теориясы мен практикасы, принциптері, заңдылықтары, модельдері және оның қоғамның	5		v				v	v				

		әлеуметтік-экономикалық дамуындағы рөлі туралы жүйелі білімді қалыптастыру болып табылады. Пән коммуникацияны, қоғамдағы рөлі мен орнын, сондай-ақ коммуникациялық әдістерді, жүйелерді, процестерді және олардың жұмыс істеуі мен даму заңдылықтарын зерттейді.													
22	Интернет желісіндегі баға қалыптастыру Ценообразование в сети Интернет Pricing on the Internet	"Интернет желісіндегі баға белгілеу" пәні нарықтық қатынастар жағдайында экономистерді базалық даярлау үшін қажет. Пәннің мақсаты жас экономистердің бағаны басқару саласындағы жүйелі білімі мен практикалық дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ коммерциялық ұйымның баға саясаты мен стратегиясын қалыптастыруға қатысты мәселелермен танысу болып табылады.	5			v	v	v							
23	Тұтынушылардың мінез-құлқы және CJM Поведение потребителей и CJM Consumer Behavior and CJM	Бұл курс тұтынушылық мінез-құлықтағы заңдылықтар мен жеке ерекшеліктерді зерттеуге, сондай-ақ мәдениет, әлеуметтік құрылым, қабылдау және мотивация ерекшеліктері, жеке қасиеттер, өмір салты сияқты факторларды қоса алғанда, жеке тұлғалардың тұтынушылық және сатып алу мінез-құлқына әсер	5		v	v			v				v		

		ететін факторлардың кең спектрін талдауға және зерттеуге бағытталған., және басқалар.													
24	Мерчандайзинг Мерчандайзинг Merchandising	Пәнді оқу курсы сауда-саттықтың негізгі мәселелері бойынша теориялық материалдан тұрады. Пән білім алушылардың сауда кәсіпорнының сауда-саттық ерекшелігі туралы білімдерін қалыптастыруға және сауда кәсіпорнының сауда-саттық жүйесін басқарудың практикалық дағдыларын қалыптастыруға арналған. Пәнді игерудің мақсаты-сауда-саттық құралдарын қолдана отырып, сауда процесін жоспарлау мен ұйымдастырудың теориялық білімі мен практикалық дағдыларын игеру.			v		v				v				
25	Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетинг в социальных сетях (SMM) SMM Social Media Marketing	"SMM (Social Media Marketing)" пәнін игерудің мақсаты білім алушылардың БАҚ жұмысы саласындағы маркетингтік процестерді ұйымдастырудың негізгі теориялық және практикалық тәсілдерін меңгеруі болып табылады. Пәнді зерделеу аясында маркетингтің мәні туралы теориялық тұжырымдамалық идеялар, бұқаралық ақпарат құралдарының маркетингтік саясатын	5		v				v	v					v

		ұйымдастыру және қамтамасыз ету саласындағы қолданыстағы негізгі әдістер қарастырылады.													
26	Коммерциялық емес маркетинг Маркетинг некоммерческих организаций Marketing for non-profit organizations	Бұл пәнді оқу әлеуметтік жауапты маркетинг тұжырымдамасының мәнін ашуға, коммерциялық емес ұйымдардағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін пайдалануға, олар үшін маркетинг стратегиясы мен тактикасын, маркетингтік қызметті жүзеге асыру тәсілдерін жасауға мүмкіндік береді. Фирмалар мен компаниялардың коммуникациялық қызметінің тәжірибесіндегі өзекті мәселелер. Маркетингтік коммуникация құралдарын, стратегиялар мен технологияларды зерттеу студенттерге коммерциялық емес ұйымдарда маркетингтік іс-шараларды ұйымдастырудың және жоспарлаудың практикалық дағдыларын игеруге, сондай-ақ негізделген және тиімді маркетингтік және басқару шешімдерін қабылдауға мүмкіндік береді.			v				v	v					v
27	Digital-маркетинг Digital-маркетинг Digital marketing	Пәннің негізгі мақсаты- заманауи маркетингтік ойлауды қалыптастыруға, digital-маркетинг стратегияларын әзірлеуге	5		v					v	v				

		және тиісті тәсілдерді, әдістер мен құралдарды іс жүзінде қолдануға белсенді қатысуға мүмкіндік беретін білім мен құзыреттерді алуға ықпал ету. Бұл курс брендті жылжыту үшін сандық арналардың барлық мүмкін формаларын зерттейді. Оларға мыналар кіреді: теледидар, радио, интернет, әлеуметтік медиа және басқа формалар.												
28	Жарнама және баспалық графика Реклама и печатная графика Advertising and print graphics	Бұл пән қазіргі заманғы нарық жағдайында жоғары көркемдік деңгейде тұтынушылық міндеттерді сәтті шеше алатын графикалық дизайн саласындағы кәсіби маман даярлауға бағытталған. Пәннің мақсаты білім алушыларды жарнамалық графиканың ерекшеліктерімен, жарнамалық және баспа өнімдерінің түрлерімен таныстыру, абстрактілі және тұжырымдамалық ойлау, графикалық стильдеу дағдыларын игеру, негізгі жарнамалық-графикалық элементтерді жасау әдістеріне оқыту болып табылады.			v				v	v				
29	Event-менеджмент Event-менеджмент Event management	"Event-менеджмент" пәні корпоративтік және бұқаралық іс-шараларды құру жөніндегі іс-шараларды ұйымдастыруды зерделеуге бағытталған. "Event-менеджмент" пәнінің	5		v				v		v			

		мақсаты білім алушылардың ойын-сауық іс-шараларын өткізу дағдыларын қалыптастыру, өткізілген іс-шараның тиімділігін жоспарлаудың, ұйымдастырудың және талдаудың негізгі әдістерін игеру болып табылады.													
30	Жағдайлық маркетинг Событийный маркетинг Event marketing	"Оқиға маркетингі" оқу пәні маркетингтің базалық курсының, экономикалық теорияның, сондай-ақ функционалдык экономикалық ғылымдардың (Қаржы, Менеджмент) және ақпараттық аналитикалық ғылымдардың (Статистика) ережелерін дамыту болып табылады. Пәнді оқытудың мақсаты Маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін арттыру және арнайы оқиғаны басқару мақсатында іс-шаралық маркетингтің құралдары мен технологияларын практикада қолдану саласындағы жалпы мәдени және кәсіби құзыреттіліктерді, білім мен дағдыларды қалыптастыру болып табылады.			v			v	v						
31	Халықаралық нарықтағы электронды бизнес Электронный бизнес на международном рынке	"Халықаралық нарықтағы электрондық бизнес" пәні интернетті пайдалана отырып, кәсіпкерлік қызметті жүргізу теориясы мен практикасын зерделеуге арналған. Пәнді оқытудың мақсаты – білім	4			v		v	v						

	E-business in the international market	алушыларға электрондық бизнес технологияларының теориялық және практикалық негіздері және оларды кәсіби қызметте қолдану әдістемесі бойынша іргелі білім беру.													
32	B2B Маркетинг B2B Маркетинг B2B Marketing	Бұл пән Өнеркәсіптік маркетинг саласындағы заманауи тұжырымдамалар мен тенденциялардың теориялық негіздерін, өнеркәсіптік тауарлар мен қызметтер нарығында Маркетингтік Шешімдер қабылдау үшін қолданылатын тәсілдер мен әдістерді зерттеуге, сондай-ақ студенттердің өнеркәсіптік кәсіпорынның өндірістік және коммерциялық қызметін анықтайтын қолданбалы маркетинг мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін дағдылары мен дағдыларын дамытуға бағытталған; B2B нарығында маркетингтік қызметті құру ерекшеліктері, B2B саласында жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру, қоршаған орта мен компания қызметінің өзгеруін болжау, сондай-ақ өткізілетін маркетингтік іс-шаралардың әсерін есептеу.				v			v	v					v
33	Жобалармен басқару және ритейл Управление проектами и ритейл	Бұл пәнді оқытудың мақсаты - білім алушыларға өндірісті өнеркәсіпте қайта құру құралы ретінде нарықтық экономика жағдайында жобаларды	5			v		v		v		v			

	Project Management and Retail	басқарудың жалпы принциптері туралы білім беру. Пәнді меңгеру міндеттері: жобаларды басқарудың заманауи стандарттары мен әдістемелерін зерделеу; жобаларды басқарудың ақпараттық жүйелерінің функционалдығын зерделеу және меңгеру.												
34	Талантты басқару Управление талантами talent management	"Таланттарды басқару" пәні таланттарды басқару жүйесін зерделеуді, таланттарды тарту мен іріктеудегі лауазым профилінің рөлімен, лауазымға сәйкестік принципін ескере отырып, таланттарды тарту және іріктеу технологияларымен, таланттарды іріктеу әдістерімен, таланттарды тану мен марапаттаудағы HR – менеджер мен желілік менеджерлердің рөлін қамтиды. Пән бағдарламасы кәсіпорынның "таланттарымен" жұмыс істеу ерекшеліктері туралы ақпаратты қамтиды. Бағдарлама болашақ түлектерге ұйымның қызметкерлерімен, атап айтқанда, кәсіпорынның "таланттарымен" нақты бизнес-орта жағдайында жұмыс істеуде заманауи тәсілдерді қолдануға көмектеседі.			v	v		v		v		v		v
35	Копирайтинг Копирайтинг	Студенттерді жарнамалық және PR-мәтіннің	5							v	v	v	v	

	Copywriting	тұжырымдамалары мен ерекшеліктерімен таныстырады және жарнамада және қоғаммен байланыста мәтіндермен жұмыс істеудің практикалық дағдыларын береді; мәтіндерді жасау кезінде алынған теориялық мәліметтер мен практикалық дағдыларды қолдануға мүмкіндік береді.												
36	Контроллинг Контроллинг Controlling	Экономикалық талдау, жоспарлау, басқару есебі және менеджмент қиылысында заманауи басқару теориясы мен практикасын зерттейді. Бақылау кәсіпорынның әртүрлі қызметтері мен бөлімшелерінің қызметін жедел және стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге біріктіру, үйлестіру және бағыттау арқылы кәсіпорынды басқаруды сапалы жаңа деңгейге көтереді			v		v			v		v		
37	Экономикалық статистика және эконометрика Экономическая статистика и эконометрика Economic statistics and econometrics	Экономикалық статистика және эконометрика пәні Ықтималдық теориясы мен математикалық статистика әдістерін қолдана отырып, нақты статистикалық мәліметтер негізінде әртүрлі экономикалық көрсеткіштер арасындағы байланыстарды талдауға мүмкіндік беретін экономикалық деректерді талдау үшін статистикалық және математикалық әдістерді қолданады.	5		v		v	v	v		v			v

		Курстың мақсаты-білім алушыларға экономикалық деректерді талдау, экономикалық саясатты бағалау және экономикалық нәтижелерге қатысты негізделген болжамдар жасау дағдыларын беру.												
38	Экономика-математикалық модельдеу Экономико-математическое моделирование Economic and mathematical modeling	Экономикалық жүйелер мен процестерді математикалық модельдеу, экономикалық талдауды орындау, қойылған міндеттің оңтайлы немесе рұқсат етілген шешімін табу үшін қазіргі заманғы экономикалық-математикалық әдістер мен модельдерді тиімді қолданудың экономикалық-математикалық әдістерін, модельдерін және әдістерін зерттейді. Экономикалық-математикалық модельдерді, оларды талдауды және басқарушылық шешімдер қабылдау үшін пайдалануды, сондай-ақ жобаларды әзірлеу мен талдауда осы әдістерді қолдануды қарастырады				v		v	v	v		v		v
39	Іскерлік қарым-қатынас этикасы Этика делового общения Ethics of business communication	"Іскерлік қарым-қатынас этикасы" - бұл сөйлеу әсерінің негізгі ұғымдарын ашатын, манипуляциялық әсерді бейтараптандырудың әдістері мен әдістерін көрсететін пән. Пәннің мақсаты-іскерлік қатынастар саласындағы тұлғааралық өзара іс-қимыл мәдениетін қалыптастыру,	5							v	v	v	v	

		іскерлік келіссөздер процесін өз бетінше ұйымдастыру дағдылары мен дағдыларын дамыту, іскерлік қатынастарды орнатуда шығармашылық көзқарасты жандандыру.												
40	Бизнес деректерін талдаудың сандық әдістері Количественные методы анализа бизнес-данных Quantitative methods for business data analysis	Бұл пәнді оқу кез-келген деректерді жинау және өңдеу дағдыларын алуға, бақыланатын мәліметтер негізінде әлеуметтік-экономикалық процестерді сипаттайтын көрсеткіштер жүйесін құруға, осы процестердің даму заңдылықтарын қатынастар түрінде анықтауға мүмкіндік береді, оларды пайдалану болжам жасауға, негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, іскери деректерді талдаудың сандық әдістері адам қызметінің барлық түрлеріне тән белгісіздікті бағалауға мүмкіндік береді, бұл тәуекелдердің мәні болып табылатын оқиғаларды жүзеге асырудан туындаған зиянды азайту шараларын жасауға ықпал етеді.			v		v	v	v		v		v	
41	Брендинг және бренд-менеджмент Брендинг и бренд-менеджмент Branding and brand management	Пән ұйымдардың маркетингінің негізгі категориялары ретінде бренд пен бренд туралы теориялық білім алуға және брендті құру және басқару технологияларымен байланысты практикалық дағдыларды алуға	5		v		v		v				v	

		бағытталған. Пәнді игерудің мақсаты студенттердің негізгі ұғымдар мен принциптерді игеруі, білім алу және жарнамалық дизайнды жүзеге асыруда практикалық дағдыларды дамыту болып табылады.												
42	Производственная практика On-the-Job Internship	Алынған білім көлемін бекітеді, кеңейтеді, тереңдетеді және жүйелейді қызметін зерделеу негізінде кәсіптік және арнайы пәндерді зерделеу кәсіпорындар салалар және қажетті дағдылар мен дағдыларды игеру мамандығы бойынша жұмыс, қажетті жоспарлы-есепті, есептік жұмыстарды жинау, ұйымдастыру-өкімдік құжаттама және жедел ақпарат негізінде дипломдық жұмыс орындалатын кәсіпорынға	12			v		v	v		v	v		
43	Производственная практика (Өндірістік) On-the-Job Internship	Алынған білім көлемін бекітеді, кеңейтеді, тереңдетеді және жүйелейді қызметін зерделеу негізінде кәсіптік және арнайы пәндерді зерделеу кәсіпорындар салалар және қажетті дағдылар мен дағдыларды игеру мамандығы бойынша жұмыс, қажетті жоспарлы-есепті, есептік жұмыстарды жинау,	2			v		v			v	v		

		ұйымдастыру-өкімдік құжаттама және жедел ақпарат негізінде дипломдық жұмыс орындалатын кәсіпорынға													
44	Преддипломная (Дипломалды) практика Pregraduation Internship	Диплом алдындағы практика дипломдық жұмысты бітіру біліктілік жұмысының басшысымен келісілген таңдалған тақырыпқа және жоспарға сәйкес орындау үшін қажетті материалдарды жинауды, сондай-ақ кәсіби құзыреттіліктерге сәйкес теориялық білімді тереңдетуді және бекітуді көздейді.	6				v			v	v	v			
45	Time-менеджмент Time-менеджмент Time management	Бұл курстың мақсаты болашақ мамандардың теориялық білімдерін, практикалық дағдыларын және жеке тиімділігін арттыру дағдыларын қалыптастыру болып табылады. Бұл пәнді оқу кәсіби бағдарланған қызметті барабар мақсат қою үшін қажетті әлеуметтік-мәдени саладағы жеке позицияның сапасын анықтауға мүмкіндік береді. "Time-менеджмент" - бұл белгісіздік пен тәуекелдің қиын жағдайында жұмыс істейтін болашақ менеджерлерді даярлау жүйесіндегі негізгі тармақ.	5	v				v			v				
46	Бизнес-жобалау Бизнес-планирование	Бизнес-жоспардың негізгі бөлімдерінің мазмұнын, есептілік нысандарын және			v			v			v				

	Business planning	<p>бизнес-жобаның инвестициялық тартымдылығын бағалау көрсеткіштерін; кәсіпорынның шаруашылық қызметінде бизнес-жоспарды құру, талдау және қолданбалы пайдалану әдістемесін; кәсіпорында бизнес-жоспарлауды ұйымдастыру процесін және оның іске асырылуын бақылауды; бизнес-жоспарлау әдістемесін және оларды тиімді іске асыру тәсілдерін жетілдірудің мүмкіндіктері мен бағыттарын қарайды</p>													
47	<p>Self-брендинг Self-брендинг Self-branding</p>	<p>Пәнді оқытудың бұл курсы студенттердің маркетинг саласындағы негізгі құзыреттерін құруды және маркетингтік қызметтің әртүрлі бағыттарын толық басқаруға мүмкіндік беретін теориялық идеялар мен практикалық дағдылар жүйесін қалыптастыруды қамтиды. Курстың негізгі мақсаты-білім алушылардың экономикалық, саяси және әлеуметтік брендинг салаларында қоғаммен байланыс жөніндегі маманның құзыреттілігін арттыруға ықпал ететін брендті қалыптастырудың, басқарудың және дамытудың теориялық негіздерін меңгеруі.</p>	5	v	v		v					v			
48	Инновациялық жобалар	Курсты оқу жоғары технологиялық			v	v	v							v	

	маркетингі Маркетинг инновационных проектов Marketing innovation projects	нарықтардың ерекшеліктерін ескере отырып, қазіргі заманғы маркетингтік ойлау мен маркетингтік қызметтің практикалық дағдыларын дамытуға ықпал етуі керек. Курстың мақсаты: инновациялар маркетингі тұжырымдамасын қолданудың негізгі ерекшеліктерімен танысу, инновациялар нарығы жағдайында маркетинг міндеттерін қою және практикалық шешу үшін қажетті білім мен дағдыларды игеру, жоғары тәуекел және ақпараттың жетіспеушілігі.												
49	Қақтығыстану Конфликтология Conflict Studies	Әлеуметтік, экономикалық, саяси, этникалық және ұйымдастырушылық қақтығыстардың теориясы мен практикасы саласында кең және жүйеленген білімді қалыптастырады, оларды шешудің жолдары мен тәсілдерін қарастырады, сондай-ақ келіссөздерді жоспарлау, келіссөздердің стратегиясы мен тактикасын әзірлеу туралы кешенді идеяны қалыптастырады.	5		v			v	v					v
50	Басқарушылық шешімдерді жасау Разработка управленческих решений	Менеджменттің негізгі тұжырымдамаларын зерттейді, басқарушылық шешімдер саласында менеджментті қолдану салалары туралы нақты және мағыналы түсінік береді, басқару сияқты адам		v		v		v		v				v

	Designing of Managerial Decisions	қызметінің осындай күрделі және көпжақты түріне қатысты идеялар мен тәжірибелерді біледі, алған білімдерін адамдар мен ұйымды басқаруда қолдануға үйретеді, менеджменттің жекелеген аспектілерін де, сонымен қатар менеджменттің жекелеген аспектілерін де кейінгі зерттеу үшін әдіснамалық негіз жасайды. және инновацияларды басқару саласындағы басқару мәселелеріне қатысты тұтас дүниетанымды қалыптастыру үшін.												
51	Сапа менеджменті жүйесі Система менеджмента качества Management quality system	Өнім сапасына қатысты қойылған міндеттерді орындау үшін кәсіпорында стандарттарды енгізуді қалыптастырады және әзірлейді. Кез-келген басқа сияқты, бұл жүйе мақсаттармен, құрылыммен, элементтермен, сондай-ақ оларды байланыстыратын сілтемелермен анықталады. Сапа менеджменті жүйесі сапаны жоспарлауға, басқаруға және қамтамасыз етуге қатысты міндеттерді орындауға бағытталған әдістемелерді, процестерді, ресурстарды қарастырады.	5		v	v		v				v		
52	Жобалық маркетинг Проектный маркетинг Project marketing	"Жобалық маркетинг" пәні: жобалық қызметті жүзеге асырудың заманауи технологиясын, жобалардың негізгі				v	v	v		v				v

		<p>белгілерін, түрлері мен сипаттамаларын зерттейді. Пәнді оқытудың негізгі мақсаты студенттерде жобаларды басқару саласындағы маркетинг саласындағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің іскерлік белсенділігінің тұтас, процесі туралы кәсіби түсінік қалыптастыру, сондай-ақ оларда жобаларды әзірлеу мен маркетингтің практикалық дағдыларын қалыптастыру болып табылады.</p>													
53	<p>Маркетингтік талдау және аудит Маркетинговый анализ и аудит Marketing Analysis and Audit</p>	<p>"Маркетингтік талдау және аудит" пәні маркетингтік Бөлімше қызметкерлерінің күшімен компанияда маркетингтік талдау мен аудиттің барлық түрлерін жүргізу жүйесін құрудың теориялық және практикалық негіздерін, сондай-ақ қаржы және еңбек ресурстарының тапшылығы жағдайында оңтайлы орындауға баса назар аудара отырып, үшінші тарап аудиторлық немесе консалтингтік агенттіктерін тарта отырып ашады. Пәнді оқытудың мақсаты студенттерде маркетингтік талдау және аудит туралы, маркетингтік қызметті басқару процесінде кешенді идеяны қалыптастыру болып табылады.</p>	5				v	v			v				

54	Интернет-сатулар стратегиясы Стратегия интернет-продаж Internet Sales Strategy	"Интернет-сату стратегиясы" пәні интернет-сату стратегиясының негіздерін және маркетингтік стратегияның міндеттерін орындау үшін цифрлық байланыс арналарын таңдауды зерттейді. "Интернет-сату стратегиясы" пәнінің мақсаты - білім алушыларда өзекті базаны қалыптастыру және интернет-сату, жылжытуды басқару, Стратегиялық маркетинг саласында практикалық дағдыларды қалыптастыру.			v				v				v	
55	Логистика Логистика Logistics	Жабдықтау, негізгі өндіріс, көлік және сату операциялары саласында ұйымдастырушылық-экономикалық қызметті жүзеге асыратын күрделі динамикалық өндірістік-коммерциялық кешендерді зерттейді. Өнімді сатып алу, өндіру және өткізу кезеңдерінде тауар жылжыту саласындағы ұйымдық-экономикалық қатынастарды зерделейді.	5			v		v			v			
56	Интернет-жобаларды басқару Управление интернет-проектами Management of Internet projects	Курстың мақсаты: білім алушыларда жобалық басқарудың мәні және жобаларды басқаруға кіретін ұғымдар мен пәндердің барлық кешені және олардың арасындағы қатынастар туралы толық және нақты түсінік қалыптастыру.				v		v			v			v

57	<p>Өніммен басқару Управление продуктом Product Management</p>	<p>Осы пәннің пәнін игерудің мақсаты студенттерді өмірлік циклдің әр кезеңінде маркетингтік құралдарды қолдану тұрғысынан өнімді басқару саласындағы заманауи тұжырымдамалар мен тенденцияларды, тауарлар мен қызметтер нарығында Маркетингтік Шешімдер қабылдау үшін қолданылатын тәсілдер мен әдістерді қамтитын теориялық білімге үйрету, сондай-ақ білім алушыларда қолданбалы өнімдердің мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін дағдылар мен дағдыларды дамыту болып табылады. коммерциялық кәсіпорынның өндірістік және коммерциялық қызметін анықтайтын маркетинг</p>	6			v		v	v		v				v
58	<p>Цифрлық ортадағы маркетингтік коммуникациялар Маркетинговые коммуникации в цифровой среде Marketing communications in the digital environment</p>	<p>Пән фирмалар мен компаниялардың коммуникациялық қызметінің тәжірибесіндегі өзекті мәселелерді қарастырады және зерттейді. Маркетингтік коммуникация құралдарын, стратегиялар мен технологияларды зерттеу студенттерге жарнамалық және PR - акциялар мен науқандарды ұйымдастырудың, тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуге бағытталған сатуды, жеке сатуды</p>				v		v	v		v				v

		ынталандырудың практикалық дағдыларын игеруге, материалды жақсы қабылдауға және игеруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, сыртқы нарықтардағы компаниялардың коммуникациялық (жарнамалық) қызметінің жеткілікті көрсеткіштік мысалдары бар.													
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

МАҚҰЛДАНДЫ:

Университеттің оқу-әдістемелік кеңесінің отырысында қаралды
27.04.2023 ж. № 5 хаттама.

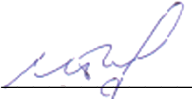
Университет ОӘК төрағасы  Ж.Е. Байкенов

АСД директоры  Г.Ж. Сарсембаева

ҚҰРАСТЫРЫЛДЫ:

Академиялық комитет, 26.10. 2022 ж. №53-п бұйрық

Кафедра ОӘК отырысында қаралды, 17.04.2023 ж. №5 хаттама

Каф. меңг.  И.В. Бордияну