МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

КАЗАХСТАНСКО-АМЕРИКАНСКИЙ СВОБОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

«УТВЕРЖДЕНО»
Решение Ученого совета КАСУ,
Протокол № 10 от «19» мая 2023 г.
Е. А.Мамбетказиев

МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Образовательная программа 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»

Уровень Бакалавриат

Код и классификация области образования: 6В04 Бизнес, управление и право

Код и классификация направлений подготовки: 6В041 Бизнес и управление

Группа образовательных программ: В047 Маркетинг и реклама
Уровень по МСКО: 6

Уровень по НРК: 6

Уровень по ОРК: 6

Срок обучения: 4 года на базе среднего образования; 3 года на базе технического и профессионального профессионального образования; 2 года на базе высшего образования.

Объем кредитов: 240

г. Усть-Каменогорск, 2022

Модульно образовательная программа согласована:

ТОО «Волк-Алтайский-Казахстан»

(Наименование предприятия (учреждения, организации)

(Ф.И.О. руководителя)

ТОО „Арш-Саулы"

(Наименование предприятия (учреждения, организации)

(Ф.И.О. руководителя)

ТОО „Таврос Чрнгом Отеризинмин Туризм Кешетмелери А.Ш."

(Наименование предприятия (учреждения, организации)

(Ф.И.О. руководителя)

Гостиница „City Hotel"

(Наименование предприятия (учреждения, организации)

(Ф.И.О. руководителя)

Паспорт образовательной программы

Год разработки	2023 г.
Основания для разработки	- Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 года № 319-III ЗРК (с изменениями и дополнениями от 01.09.2022). - Типовые правила деятельности организаций образования, реализующих образовательные программы высшего и послевузовского образования, утвержденные приказом МОН РК № 595 от 30.10.2018г. (с изменениями и дополнениями от 09 июня 2021 года № 282) (с изменениями и дополнениями от 31.08.2022 № 385). - Государственный общеобязательный стандарт высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования Республики Казахстан от 20 июля 2022 года № 2. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 27 июля 2022 года № 28916). - Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, утвержденные приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 20 апреля 2011 года №152 (с изменениями и дополнениями Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 12.10.2018 № 563). (с изменениями и дополнениями Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 23.09.2022 № 79). - Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 октября 2018 года № 569 Об утверждении Классификатора направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием (с изменениями по состоянию на 05.06.2020 г.) - Академическая политика КАСУ (утверждена Ученым советом протокол № 12 от 15.08.2022 г.). - Положение по разработке и утверждению образовательных программ (утверждено Ученым советом КАСУ, протокол №3 от 17.11.2021 г.) – Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 г. Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений. - Профессиональный стандарт: «Маркетинг инновационной продукции/услуг». Приложение № 4 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259 - Профессиональный стандарт: «Представление рекламы в средствах массовой информации». Приложение № 22 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259 - Профессиональный стандарт: «Активные продажи». Приложение № 1 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 27.12.2019г. №266 - Профессиональный стандарт: «Управление проектами». Приложение № 93 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №263 - Профессиональный стандарт: «Менеджмент социальных сетей (SMM)». Приложение № 88 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №263

	- Профессиональный стандарт: «Представление рекламы в средствах массовой информации». Приложение № 22 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №259
Периодичность пересмотра	1 раз в год
Срок реализации	4 года
Миссия	Формирование общекультурных (универсальных): социально-личностных, общенаучных, инструментальных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть успешным на рынке труда, владеть принципами и методами маркетинговой и управленческой PR-деятельности, предприимчивости и деловой активности, умения принимать эффективные маркетинговые решения на основе высокой профессиональной компетенции.
Цель	Основная цель образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»: подготовка специалиста маркетолога новой формации, умеющего проводить маркетинговые исследования, обладающего широкими фундаментальными знаниями, обладающего способностью к научному поиску и творчеству, адаптации к меняющимся требованиям рынка труда и технологий, ориентирующегося в основных мировых тенденциях развития медиа отрасли (содержательных и технологических), в процессе конвергенции и важнейших инновационных практик в сфере масс-медиа.
Задачи	– сформировать у обучающихся общеучебные и специальные знания, умения и навыки по дисциплинам, предусмотренным государственным стандартом образования, а также базовые и предметные компетенции по дисциплинам; – развить социальные, эмоционально-волевые, интеллектуальные, психические и др. качества личности; – воспитать компетентную и конкурентоспособную личность; – подготовить специалистов для маркетинговой и PR- деятельности в различных сферах экономики и бизнеса.
Перечень квалификаций и должностей	Бакалавры бизнеса и управления по ОП 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» могут занимать должности: специалист по маркетингу, специалист по маркетинговым исследованиям, аналитик, начальник отдела маркетинга, бренд-менеджер, product-менеджер, менеджер по продажам, начальник отдела сбыта, трейд-менеджер, интернет-маркетолог, менеджер по рекламе, менеджер по связям с общественностью, ATL-, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер
Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»	
Общие компетенции (ОК)	*По завершении образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» бакалавры должны владеть следующими общими компетенциями, которые обеспечивают социально-культурное развитие личности будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций:* **ОК 1** - оценивает окружающую действительность на основе мировоззренческих позиций, сформированных знанием основ философии, которые обеспечивают научное осмысление и изучение природного и социального мира методами научного и философского познания;

	ОК 2 - интерпретирует содержание и специфические особенности мифологического, религиозного и научного мировоззрения; **ОК 3** - аргументирует собственную оценку всему происходящему в социальной и производственной сферах; **ОК 4** - проявляет гражданскую позицию на основе глубокого понимания и научного анализа основных этапов, закономерностей и своеобразия исторического развития Казахстана; **ОК 5** - использует методы и приемы исторического описания для анализа причин и следствий событий истории Казахстана; **ОК 6** - оценивает ситуации в различных сферах межличностной, социальной и профессиональной коммуникации с учетом базового знания социологии, политологии, культурологи и психологии; **ОК 7** - синтезирует знания данных наук как современного продукта интегративных процессов; **ОК 8** - использует научные методы и приемы исследования конкретной науки, а также всего социально-политического кластера; **ОК 9** - вырабатывает собственную нравственную и гражданскую позицию; **ОК 10** - оперирует общественными, деловыми, культурными, правовыми и этическими нормами казахстанского общества; **ОК 11** - демонстрирует личностную и профессиональную конкурентоспособность; **ОК 12** - применяет на практике знания в области общественно-гуманитарных наук, имеющего мировое признание; **ОК 13** - осуществляет выбор методологии и анализа; **ОК 14** - обобщает результаты исследования; **ОК 15** - синтезирует новое знание и презентовать его в виде гуманитарной общественно значимой продукции; **ОК 16** - ступает в коммуникацию в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках для решения задач межличностного, межкультурного и производственного (профессионального) общения; **ОК 17** - осуществляет использование языковых и речевых средств на основе системы грамматического знания; анализировать информацию в соответствии с ситуацией общения; **ОК 18** - оценивает действия и поступки участников коммуникации. **ОК 19** - использует в личной деятельности различные виды информационно-коммуникационных технологий: интернет-ресурсы, облачные и мобильные сервисы по поиску, хранению, обработке, защите и распространению информации; **ОК 20** - выстраивает личную образовательную траекторию в течение всей жизни для саморазвития и карьерного роста, ориентироваться на здоровый образ жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности посредством методов и средств физической культуры; **ОК 21** - знает и понимает основные закономерности истории Казахстана, основы философских, социально-политических, экономических и правовых знаний, коммуникации в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках; **ОК 22** - применяет освоенные знания для эффективной социализации и адаптации в изменяющихся социокультурных условиях; **ОК 23** - владеет навыками количественного и качественного анализа социальных явлений, процессов и проблем.

Ключевые компетенции (КК)	*По завершении образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» бакалавры должны владеть следующими ключевыми компетенциями, которые обеспечивают универсальные межкультурные, межотраслевые знания и помогают реализовать основные базовые навыки необходимые для определенного профессионального поля деятельности:* КК 1: проявлять деловую и инновационную активность в предполагаемой области для решения поставленных задач; КК 2: владеть теориями, инструментами и методами PR-менеджмента и маркетинга; КК 3: знать методы и инструменты в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); КК 4: знать методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, для сбора и обработки маркетинговой информации; КК 5: владеть принципами системного анализа в области коммуникаций с общественностью и маркетинга; КК 6: осуществлять грамотный выбор метода сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; КК 7: владеть навыками работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования, а также коммуницирования и продвижения товара; КК 8: быть компетентным в рыночных методах хозяйствования, закономерностях и особенностях развития экономики; особенностях конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг, психологических особенностях поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.
Специальные компетенции (СК)	*По завершении образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» бакалавры должны владеть следующими специальными компетенциями, которые формируют способность специалиста использовать в поле профессиональной деятельности научные и практические знания, осуществляя постоянное повышение своей научно-профессиональной подготовки, демонстрируя способность самостоятельно ставить и решать новые профессиональные задачи, проявлять высокую степень профессиональной адаптации:* СК 1: принимать решения и оценивать их последствия, анализируя актуальную информацию, используя разнообразные аналитические методы, учитывая принципы корпоративной социальной ответственности и этические последствия; СК 2: осуществлять профессиональную функцию в сфере бизнеса и управления, используя соответствующие цифровые технологии, инструменты и теории; СК 3: влиять на действия и поведение как лиц, принимающих решения, так и заинтересованных сторон организации, демонстрируя устные и письменные коммуникативные навыки и умение работать в команде; СК 4: интегрировать ключевые концепты, парадигмы и теоретические разработки в функциональных областях менеджмента, маркетинга, прогнозирования будущего и аналитике данных для осуществления профессиональных функций в сфере управления и бизнеса;

	СК 5: анализировать и представлять финансовую и управленческую информацию для внутренних и внешних заинтересованных сторон; СК 6: проявлять лидерские качества и практиковать самостоятельное обучение как для раскрытия индивидуального потенциала и формирования предпринимательского мышления, так и на благо служению обществу; СК 7: оценивать и применять методы коммерциализации идей, и возможности коммуницирования идей конечному потребителю; СК 8: планировать, создавать и внедрять эффективные маркетинговые стратегии и стратегии по связям с общественностью для любых организаций на всех уровнях развития; СК 9: понимать и оценивать внутреннюю организационную динамику и вовлечение заинтересованных сторон; СК 10: оценивать, создавать и внедрять маркетинговые кампании, используя традиционные и цифровые технологии; СК 11: предлагать и продвигать новые маркетинговые идеи, исследуя тренды, анализируя поведение потребителей и проводя анализ внутренних и внешних данных на рынке; СК 12: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования.
Присуждаемая степень	Бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»
Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»	
Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»	После успешного завершения этой программы обучающийся будет: **РО 1.** Демонстрировать знания и понимания основ антикоррупционной культуры казахстанского общества, его прав и обязанностей, экологических норм и принципов как на национальном, так и на международном уровне с учетом опыта развитых стран, основ экономической теории и закономерностей функционирования различных экономических категорий на микро и макроуровне, а также знания и понимание основ формирования личного бренда и умения управлять временем. **РО 2.** Применять знания и понимания поведения потребителей при выборе методов сбора, средств хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования, при составлении комплексного плана проведения маркетингового исследования, при отборе методов постановки и формулирования целей с применением информационных цифровых технологий и методов электронной коммерции, а также применять знания и понимание способов формирования качественного продающего бренда по средствам связей с общественностью, качественной организации различных видов бизнеса на основе знаний экономических закономерностей, основ работой со СМИ и социальными сетями, в реальной и цифровой среде. **РО 3.** Применять знания и умения для самостоятельного анализа с помощью статистических показателей многообразных социально-экономических явлений современности, используя специфические приемы и методы расчета статистических показателей, методов маркетингового управления, с помощью которых можно эффективно маневрировать маркетинговой политикой предприятия для достижения роста продаж и информационных ресурсов в программе рекламного управления с применением инновационных компьютерных технологий.

	Применять знания в области организации финансовой системы для управления продуктами, качеством и продажами в быстроменяющихся экономических условиях на глобальном и национальном рынке с учетом развития инновационных продуктов. **РО 4.** Осуществлять систематизированный сбор и интерпретацию информации с целью повышения эффективности рекламных мероприятий, определять подходящие маркетинговые, в том числе инновационные, инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования, а также осуществлять управление продажами, проектами и организационной структурой предприятия, ассортиментом и ценовой политикой компании с помощью электронных систем учета, контроля и продаж, организации узнаваемого бренда и высокого имиджа компании. **РО 5.** Осуществлять сбор и интерпретацию, анализ и оценку экономической информации с помощью компьютерных технологий и организации систем учета для формирования суждений, необходимых для решения задач производственного и управленческого характера, анализировать и контролировать текущую рыночную конъюнктуру, систему логистического оборота компании для формирования адекватной финансовой политики, качественного управления продажей продуктов и услуг с помощью методов управления проектами на основе технологии активных продаж и интернет-рекламы. **РО 6.** Осуществлять выбор способа выражения, планировать речевое поведение и сообщать информацию, идеи, проблемы и решения ситуаций каждодневного и профессионального общения, в том числе решение конфликтов (на казахском, русском и иностранном языках) как специалистам, так и неспециалистам в области маркетинга, используя понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, опираясь на навыки использования правильных грамматических форм и синтаксического построения высказывания в соответствии с нормами изучаемого языка, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) на основе этических и коммуникационных норм для грамотно построенной и результативной связи с общественностью через СМИ и социальные сети. **РО 7.** Сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и не специалистам путем установления контакта и влияния для поддержания разговора, умения договариваться и настаивать на своих законных правах по средствам презентации, ораторского искусства, взаимодействия в социальных сетях и с помощью печатной рекламы для решения вопросов в области долгосрочного построения маркетинговых отношений, организации прибыльного бизнеса, организации взаимовыгодного сотрудничества с общественностью, осуществления проста продаж как на внутреннем, так и на международном рынке. **РО 8.** Сообщать информацию для применения системного подхода к управлению при составлении точного проектного задания для выполнения маркетингового исследования и осуществления продаж, при применении особенностей проведения социологических исследований, используя инструменты бренд-менеджмента. Формулировать и сообщать идеи и решать проблемы стратегического менеджмента в области продаж, организации схем перемещения товара и доведения его до потребителя, создания качественного товара, управления компанией в целом и выработки грамотных управленческих решений.

	РО 9. Знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области, в том числе на государственном и иностранном языках, с учетом применения этических принципов при разработке и реализации инновационных проектов. **РО 10.** Применять знания и понимание фактов**,** явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в области маркетинга отношений, управления организацией и принятия решений в области менеджмента, при сборе и анализе статистических данных и проектном управлении. **РО 11.** Понимать значение принципов и культуры академической честности при подготовке и написании курсовых и дипломных работ, отчетов по практике, статей и исследований. **РО 12.** Использовать приемы и методы академического письма, научных исследований и применять их в изучаемой области, в том числе на казахском, русском и иностранном языках, с учетом применения этических принципов при прохождении профессиональной практики и написании дипломной работы (проекта).
Формы подведения итогов реализации	Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексного экзамена

2. Содержание образовательной программы

Название модуля	Результаты обучения	Объем ECTS	Семестр	Компоненты модуля: Код дисциплины	Наименование дисциплины / проф.практик и т.п.	Цикл Дисциплины (ООД, БД, ПД)	ОК/ВК/ КВ	Количество кредитов	Форма контроля	Формируемые компетенции
1. Общие модули										
общеобразовательный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:* истории развития человеческого общества в Казахстане как составной части мирового исторического процесса, динамику развития отечественной истории (движущие силы, механизмы, тенденции, закономерности исторического развития), общий ход истории (структура истории, ее динамика), традиции и культуру народов Казахстана; историю философии, основные этапы и причинно-следственные связи развития философии; современные тенденции развития философии, функции и социальную роль религии в обществе. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* устанавливать причинно-следственные связи в истории Казахстана, осмысливать исторические события и явления на основе сравнительного анализа, творчески применять исторические знания на практике; устанавливать причинно-следственные связи в развитии философии; применять в профессиональной деятельности основные законы философии, определять мировоззренческие вопросы в контексте конкретной культуры; вовремя и активно реагировать на антикоррупционные мероприятия. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* с помощью знании и понимании дисциплин модуля; о ведении здорового образа жизни с помощью овладения системой знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих физическое совершенствование, укрепление здоровья, подготовку к высокой творческой и профессиональной активности;	**23**	2	IK1101	История Казахстана	ООД	ОК	5	2гос	ОК1 ОК2 ОК5 ОК7
			2	OEP1113	Основы экономики и предпринимательства	ООД	КВ	5	экз	
			2	OPAK 1113	Основы права и антикоррупционной культуры	ООД	КВ	5	экз	
			2	EBZh 1114	Экология и безопасность жизнедеятельности	ООД	КВ	5	экз	
			1,2,3,4	DSh1(2,3,4)112 FK 1(2,3,4)112	Физическая культура	ООД	ОК	8	экз	
			3	FIL2102	Философия	ООД	ОК	5	экз	
			4	OMI2204	Методика научных исследований	БД	ВК	4	экз	

	- *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам* путем установления контакта, поддержание разговора, навыков синхронного общения, умения договариваться и настаивать на своих законных правах; *о* взаимодействии игроков в команде, поддержания разговора, навыков синхронного общения и ведения диалога; - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* управление временем; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций; умение работать в группе, особенно без преподавателя; умение вести записи, выполнять письменные работы и готовиться к экзаменам, эффективное использование знаний, умений и навыков в жизни. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области;* эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций; - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области;* умение вести дневник самоконтроля, выполнять домашние задания, а также готовиться к сдаче обязательных заданий по общеобразовательным дисциплинам; - *понимать значение принципов и культуры академической честности;* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		2	OMI1116	Общенаучные методы исследований	ООД	КВ	5	экз	
Модуль социально-политических знаний	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: разбираться в природе ситуаций в различных сферах социальной коммуникации на основе содержания теорий и идей научных сфер изучаемых дисциплин; стратегий разных типов исследований общества и обосновывать выбор методологии для анализа конкретных проблем; - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* оценивать конкретную ситуацию отношений в обществе с позиций той или иной науки социально-гуманитарного типа, проектировать перспективы её развития с учетом возможных рисков; - разрабатывать программы решения конфликтных ситуаций в обществе, в том числе и профессиональном социуме. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* объяснять и интерпретировать предметное знание (понятия, идеи, теории) во всех областях наук, формирующих учебные дисциплины модуля (социологии, политологии, культурологи, психологии); - объяснять социально-этические ценности общества как продукт интеграционных процессов в	**8**	1	Pol1109	Политология	ООД	ОК	2	экз	ОК2 ОК3 ОК4 ОК5
			2	Kul1110	Культурология	ООД	ОК	2	экз	
			2	Psi1111	Психология	ООД	ОК	2	экз	
			1	Soc 1108	Социология	ООД	ОК	2	экз	

	системах базового знания дисциплин социально-политического модуля; - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: корректно выражать и аргументированно отстаивать собственное мнение по вопросам, имеющим социальную значимость; аргументированно и обоснованно представлять информацию о различных этапах развития казахского общества, политических программ, культуры, языка, социальных и межличностных отношений; - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* аргументированно и обоснованно представлять информацию о различных этапах развития казахского общества, политических программ, культуры, языка, социальных и межличностных отношений, психологии индивидов, их культурных различий и ценностей. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области* в рамках исследуемых дисциплин модуля согласно знаниям научной доказательной психологии, а также основываясь на основных законах политологии и социальной жизни общества. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* психологических, социально-политических и культурологических знаний. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе									

2. Модули образовательной программы										
Теория маркетинга	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: знать теоретические основы и концепции маркетинга; маркетинговую среду и ее составляющие; системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* применять основные понятия принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* освязивая основную организационно - методическую и нормативно-техническую документацию организации и принципы работы с ней; основы анализа и идентификации маркетинговой деятельности организации;	**19**	7	МАА 4313	Маркетинговый анализ и аудит	ПД	КВ	5	экз	ОК5 ОК7 КК2 КК6 КК7 СК3 СК5
			3	Маг 2206	Маркетинг	БД	ВК	4	экз	

	основы анализа и формализации ключевых бизнес-процессов организации; порядок принятия эффективных управленческих решений; - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: : в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге; работать с нормативными документами, регулирующими деятельность организации, и другими информационными источниками; реализовать права, обязанности и ответственность маркетолога в конкретных условиях деятельности; использовать компьютерную технику в режиме пользователя; - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области* в рамках разработки плана маркетинга, оценки конкурентов, составления маркетингового исследования на национальном и международном уровнях, а также при построении своей речи грамотно для тренировки навыков качественного донесения мысли как письменно, так и в устной форме. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними* в рамках маркетинговой и продвиженческой деятельности предприятий, оформления своей речи как в устной, так и в письменной форме для создания эффективной коммуникации с партнерами и клиентами. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при написании дипломных работ, отчета по учебной практике и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		4	TPSO 1208	Теория и практика связей с общественностью	БД	ВК	4	экз	
			2	UP 1214	Учебная практика	БД	ВК	2	отчет	
			6	Mer 3223	Мерчандайзинг	БД	КВ	5	экз	
			5	SM 3229	Событийный маркетинг	БД	КВ	5	экз	
Общеэкономический	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: знать: закономерности развития экономических процессов; основные концепции, созданные в течение длительной эволюции экономической мысли; принципы функционирования рыночного механизма, саморегулирования и государственного воздействия на экономику; содержание и строение бухгалтерского баланса, изменение бухгалтерского баланса под влиянием хозяйственных операций; основные элементы метода бухгалтерского учета.	**21**	1	ET 1205	Экономическая теория	БД	ВК	4	экз	ОК7 ОК8 ОК9 КК8 СК1 СК3 СК5 СК6
			4	BU 2209	Бухгалтерский учет	БД	ВК	5	экз	
			5	OBP 3210	Организация бизнеса и предпринимательство	БД	ВК	5	экз	

	- *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* ;систематизировать знания о сущности и формах проявления экономических явлений процессов; применять на практике методы научного познания экономических явлений и закономерностей; понимать и определять место отношений собственности в экономической системе и закономерности глобальной экономики. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений*: для анализа и оценки состояния и тенденций социально-экономического развития национальной и мировой экономики; междисциплинарного подхода при решении экономических проблем; для овладения знаниями для повышения квалификации в течение всей жизни. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: при работе с финансовой отчетностью с элементами, требующими глубоких знаний в сфере МСФО; по ведению бухгалтерского учета в организациях: отражения в учете и отчетности хозяйственных операций, фактов и событий хозяйственной деятельности в соответствии с МСФО и МСА; развитыми навыками, необходимыми для обучения на следующем уровне с высокой степенью автономии - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* макроэкономического анализа, по прогнозированию экономических событий при использовании законов и других нормативных актов в области хозяйственного регулирования. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области* при анализе явлений макро и микроэкономического характера, а также организации бизнеса и предпринимательства. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними* в изучаемой области экономики и бизнеса. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		2	ESE 2233	Экономическая статистика и эконометрика	БД	К	5	Экз	
				EMM2234	Экономико-математическое моделирование					
			3	Fin 2212	Финансы	БД	ВК	5	Экз	
			5	KMABD 3236	Количественные методы анализа бизнес-данных	БД	ВК	5	экз	
Управленческий	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: сущность менеджмента; цели, задачи, концепции, стадии менеджмента; современные подходы к управлению; принципы, методы и функции процесса управления; типы менеджмента; менеджмент персонала; принципы, методы и функции процесса управления персоналом; факторы, определяющие построение кадровой	**19**	3	Men 2207	Менеджмент	БД	ВК	4	экз	ОК5 ОК6 ОК7 ОК8 ОК9 КК2 КК3 КК6
			5	EM 3228	Event-менеджмент	БД	КВ	5	экз	
			5	UT 3230	Управление талантами	БД	КВ	5	экз	

	службы на предприятии; классификацию фирм; факторы внутренней и внешней среды фирм. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* проводить анализ и давать оценку существующей системе управления предприятием; планировать карьеру сотрудников фирмы; их профессионального и административного роста; разрабатывать системы мотивации эффективной деятельности; повышения их квалификации. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* для разработки рациональной структуры управления предприятием; использования накопления отечественного и зарубежного опыта в области управления персоналом; перестройки управления персоналом на предприятиях; оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия; анализировать товарный ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: в области поиска и анализа информации, необходимой для выполнения управленческих функций, нахождении решения типовых управленческих задач в конкретной организации; в современных теоретических и практических проблемах управления, экономики и бизнеса в современных условиях. - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* оценки рисковых ситуаций и формирования своевременных программ проведения антирисковых мероприятий; проведения маркетинговых исследований деятельности предприятия; подготовки, составления и контроля различных видов документации; навыками выделения «узких мест» в системе сбыта; - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* при организации управления компанией, организации рекламы товаров и услуг фирмы, а также в системе формирования бизнес-планов предприятия. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* с учетом принципов бизнес-планирования, маркетинговых законов и прочей управленческой деятельности компании. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		6	Kon 4235	Контроллинг	БД	КВ	5	экз	КК8 СК2 СК4 СК6 СК10 СК11 СК12
			6	TM 3305	Time-менеджмент	ПД	КВ	5	экз	
			6	BP 3306	Бизнес-планирование	ПД	ВК	6	отчет	
			7	RUR 4312	Разработка управленческих решений	ПД	КВ	5	экз	
			6	SMK 3313	Система менеджмента качества	ПД	КВ	5	экз	
			7	SIP 4316	Стратегия интернет-продаж	ПД	КВ	5	экз	

Проектный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: конечную цель логистической деятельности, которая достигается в результате выполнения «шести правил логистики»; функциональную взаимосвязь логистики с маркетингом, финансами и планированием производства. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* при прохождении преддипломной практики в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия., в методике проведения анализа основных технико-экономических показателей, отраженных в годовых отчетах деятельности предприятия; исследование их динамики; выявление тенденций и перспектив развития предприятия. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* определять место предприятия в региональном разделении труда, его роли в развитии региона, выявлять тенденции и перспективу развития предприятия, анализировать выполнение плана основных показателей деятельности предприятия; проводить анализ управления предприятием, его организационно-управленческой и п производственной структур, организации службы, занимающейся вопросами, напрямую связанными с темой дипломной работы студента, дать ответы, которые обеспечивают возможность адекватной оценки знаний и профессиональной подготовки будущих специалистов. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: историю предприятия, перспективы его развития, организационную структуру; характеристику предприятия по организационно-правовой форме, виду собственности, типу и объему производства, отраслевой специализации, мощности, численности персонала , маркетинговую деятельность предприятия, организацию службы маркетинга, основные цели и задачи, решаемые службой маркетинга; теоретические основы и концепции маркетинга. - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* исследования данных предприятия по уровню качества выпускаемой продукции, спросу на продукцию, а также конкурентоспособности выпускаемой предприятием продукции, по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге предприятия, формирования и использования трудового потенциала предприятия;	**32**	6	B2BM	B2B Маркетинг	БД	ВК	5	экз	ОК5 ОК6 КК1 КК2 КК4 КК6 КК7 КК8 СК1 СК2 СК3 СК7 СК9
			5	UPR 3229	Управление проектами и ритейл	БД	КВ	5	экз	
			7	UP 4317	Управление продуктом	ПД	КВ	6	экз	
			8		Написание и защита дипломной работы (проекта) или подготовка и сдача комплексмного экзамена			12		
			8	PP 4304	Преддипломная практика	ПД	ВК	6	отчет	
			7	MIP 4308	Маркетинг инновационных проектов	ПД	КВ	5	экз	
			6	PM 3314	Проектный маркетинг	ПД	КВ	5	экз	
			7	Log 3317	Логистика	ПД	КВ	5	экз	
			7	UIP3318	Управление интернет-проектами	ПД	КВ	5	экз	

	- *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* при организации логистических процессов в рамках управления проектами и рисками компании и продуктами. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* с учетом основ управления проектами, принципов и методов организации снабженческих процессов для более качественной работы компании. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, дипломной работы и отчетов по практике, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.									
Рекламный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: при прохождении производственной практика законы, правила и функции рекламы; порядок и содержание постановки рекламных целей; стили рекламного обращения; правила составления рекламных слоганов, уметь отличать хорошие слоганы от плохих, попрактиковаться в разработке слоганов. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* исходя из маркетинговой ситуации, выбрать адекватное средство распространения рекламы; адекватный носитель рекламы; в проведении рекламных исследований и применения	**30**	4	PP 2214	Производственная практика	БД	ВК	2	отчет	ОК3 ОК5 ОК7 КК1 КК2 КК3 КК5 КК6 КК7 СК2 СК3
			2	IP 1215	Искусство презентации	БД	КВ	4	экз	
				RSMI 1216	Работа со СМИ					
			5	RPG 3227	Реклама и печатная графика	БД	КВ	6	экз	
			6	Kop 4231	Копирайтинг	БД	КВ	6	экз	
			4	TAP 2212	Технология активных продаж	БД	ВК	4	экз	

	результатов исследований в практической деятельности; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* анализа рекламного имени и рекламных слоганов; овладения методикой исследования коммуникативной эффективности рекламы; по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов; по организации и проведению рекламной кампании предприятия сферы услуг; - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: оценки рисковых ситуаций и формирования своевременных программ проведения антирисковых мероприятий; проведения маркетинговых исследований деятельности предприятия; подготовки, составления и контроля различных видов документации; навыками выделения «узких мест» в системе сбыта; - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* при прохождении произвдственной практики в умении использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* для качественного написания отчета по практике, а также для приобретения навыков технологии активных продаж, копирайтинга и подготовки качественных выступлений. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* для грамотной презентации продуктов, продаж и услуг, а также при написании отчетов по практике. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, отчетов по практике, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.									СК4 СК7 СК8 СК12
Информационный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: о* состоянии и перспективах аппаратного и программного обеспечения компьютеров и компьютерных сетей. -*применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* в разработке маркетинговой стратегии и реализация	**12**	7	MKCS 4318	Маркетинговые коммуникации в цифровой среде	ПД	КВ	6	экз.	ОК5 ОК6 КК3 КК5 КК7 СК2 СК4
			4	CSI 2218	Ценообразование в сети Интернет	БД	КВ	6	экз	

	рекламной кампании в Интернете, в использовании инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений:* с помощью знании и понимании дисциплин модуля; базовой электронной коммерции; коммерческой этики в электронной и виртуальной среде; - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: с помощью* установления контакта, поддержания разговора, навыков синхронного общения, умения договариваться и настаивать на своих законных правах. - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* управление временем; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* при изучении информационно-коммуникационных технологий и компьютеризации учета и управления. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* компьютеризации и автоматизации учета, информационно-коммуникационным технологиям в том числе на иностранном языке. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		5	DM 3223	Digital-маркетинг	БД	КВ	6	экз	СК7 СК10 СК12
			6	EBMR 3227	Электронный бизнес на международном рынке	БД	КВ	5	экз	
			8	PP 4303	Производственная практика	ПД	ВК	12	отч	
Имид жевый	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: классификацию торговых марок\брендов; модели брендов; процесс разработки	**15**	5	BBM 3301	Брендинг и бренд-менеджмент	ПД	ВК	5	экз	ОК5 КК3 СК10
			7	SB 4307	Self-брендинг	ПД	КВ	6	экз	

	программ лояльности и управления брендами; современные технологии маркетинговых исследований в брендинге; процесс формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также проведения аудита и оценки бренда, с целью эффективного управления марочной политикой компании. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* осуществлять выбор форм и методов имиджелогии для построения образа в рекламе; управлять корпоративным имиджем; применять технологии и инструментарий имиджелогии для решения практических задач. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* в совокупности с основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при анализе создания идеального образа. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: определять классификационную принадлежность бренда; разрабатывать модель бренда; разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда. - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* практического формирования, управления и продвижения брендом; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг, владения методологией инструментов маркетингового управления. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* для демонстрации качественного бренда, становления узнаваемости продукта и услуги и самой компании в целом. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* с учетом принципов грамотного установления и продажи бренда, а также в условиях применения имиджевых технологий. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.									СК11

Социальный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области*: сущность и содержание основных понятий и категорий социального маркетинга; методологические основы социального маркетинга; методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности в сфере социального маркетинга; социальное значение маркетинговой деятельности в коммерческой и некоммерческой области; основные концепции организации общественных связей за рубежом и в РК, основные тенденции мирового PR-менеджмента. - *применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* анализировать широкий круг проблем социального маркетинга, экономических и социально-психологических аспектов маркетинговой деятельности; выступать в роли эксперта, аналитика и консультанта в сферах социального маркетинга; планировать социально-значимые проекты и осуществлять проектирование работ в области изучения общественного мнения: организовывать работу маркетинговой службы. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений* при применении методов маркетингового планирования социальных проектов и кампаний; формировании коммуникационной политики при проведении социальных проектов и кампаний; разработке методов привлечения целевой аудитории к участию в деятельности некоммерческой	**24**	5	PRM 2217	PR-менеджмент	БД	КВ	6	экз	ОК5 ОК6 КК4 КК5 КК6 СК8 СК10 СК11 СК12
			6	PPCJM 3219	Поведение потребителей и CJM	БД	КВ	5	экз	
			7	Kon 4309	Конфликтология	ПД	КВ	5	экз	
			7	SMM 4221	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	БД	КВ	5	экз	

	организации, в области изучения и моделирования поведения покупателей и принятия решений о покупке. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам*: использовать категориальный аппарат в анализе конфликтных ситуаций; применять технологии регулирования конфликтов, уметь выявлять новые рыночные возможности по развитию взаимоотношений с клиентами, развитию новых типов продуктов - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* продвижения социально значимых проблем; изучения корпоративной культуры, фандрайзинга, позиционирования организации; приемами построения эффективной коммуникации с целевой аудиторией; владеть принципами и методологией объективного анализа конфликтов. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля* для качественного управления конфликтами и другими социальными процессами в коллективе, а также для продвижения продуктов и самопиара для узнаваемости и социальной значимости бренда. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области* с учетом применения принципов бесконфликтного ведения диалога и взаимодействия с социумом. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.			MNO 4222	Маркетинг некоммерческих организаций				экз	

3. Дополнительные модули										
Коммуникативный	- *демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:* грамматики, орфографии, лексики и фразеологии изучаемого языка; *о* состоянии и перспективах аппаратного и программного обеспечения компьютеров и компьютерных сетей; основы алгоритмизации задач, построения эффективных алгоритмов; основ ведения бухгалтерского учета. -*применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:* в разных сферах и ситуациях общения; правильно использовать языковые средства в оформлении мысли. - *осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений:* с помощью знании и понимании дисциплин модуля; сформировать целостное представление об этическом	**41**	1	K(R) Ya 1103	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз.	ОК1 ОК5 КК5 КК7 СК3 СК7
			5	EDO 3235	Этика делового общения	БД	КВ	5	экз	
			6	PP3302	Производственная практика	ПД	ВК	2	отч	

	поведении в организации; ориентироваться в теоретических и прикладных аспектах этики бизнеса. - *сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: путем* установления контакта, поддержание разговора, навыки синхронного общения, умение договариваться и настаивать на своих законных правах; в эффективном взаимодействии с деловыми партнерами, в решении нравственных проблем в сфере деловых коммуникаций современного бизнеса. - *навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:* управление временем; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций; умение работать в группе, особенно без преподавателя. - *знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области*, в том числе на государственном и иностранном языках, с учетом применения экономических принципов при разработке и реализации инвестиционных. проектов. - *применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области;* на иностранном языке с учетом основных законов разговорного языка и письма на научные темы. - *понимать значение принципов и культуры академической честности* при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.		1	IKT 1107	Информационно коммуникационные технологии на английском языке	ООД	ОК	5	экз	
			2	K(R) Ya 1104	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз	
			3	IYaPKRO 2203	Иностранный язык: практикум по культуре речевого общения	БД	ВК	5	экз	
			1	Iya 1105	Иностранный язык	ООД	ОК	5	экз	
			2	Iya 1106	Иностранный язык	ООД	ОК	5	экз	
			4	POIYa 2201	Профессионально-ориентированный иностранный язык	БД	ВК	3	экз	
			3	PK(R)Ya 2202	Профессиональный казахский (русский)язык	БД	ВК	3	экз	
	Итого за весь курс обучения	**240**								

3. Таблица взаимосвязи компетенций, результатов обучения, методов и критериев оценивания

Дублинские дескрипторы	Компетенции выпускника ОП	Компетенции, выраженные в ожидаемых результатах обучения	Наименование метода оценивания	Критерии оценки степени достижения результатов обучения
Общие компетенции				
1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	ОК1 ОК 3 ОК 4 ОК 5	РО1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	ОК 8 ОК 9 ОК 10 ОК 11 ОК 12 ОК 13 ОК 14	РО 2 РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений	ОК 3 ОК 13 ОК 14	РО 4 РО 5	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач	ОК 12 ОК 22	РО 3 РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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
5. Навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:	ОК 11 ОК 19 ОК 20	РО 3 РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Знать методы научных исследований и академического письма	ОК 8 ОК 21 ОК 23	РО 9 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	ОК 23	РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	ОК 9 ОК 10 ОК 17	РО 9 РО 10 РО 11 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	К 5.4 К 6.6 К 6.9 К 6.11 К 7.2
Ключевые компетенции				
1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	КК 1 КК 2	РО 1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	КК 3 КК 4 КК 6	РО 2 РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений	КК 4 КК 6 КК 7	РО 2 РО 4	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач	КК 5 КК 8	РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:	КК 1 КК 6 КК 7	РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Знать методы научных исследований и академического письма	КК 5 КК 7	РО 9 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	КК 8	РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	КК 1 КК 5 КК 8	РО 9 РО 10 РО 11 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	К 5.4 К 6.6 К 6.9 К 6.11 К 7.2
Специальные компетенции				
1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	СК 1 СК 2 СК 3	РО 1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	СК 5 СК 7 СК 8	РО 2 РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений	СК 10 СК 11 СК 12	РО 2 РО 4 РО 5	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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.Применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач	СК 3 СК 4	РО 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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.Навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:	СК 1 СК 2 СК 3 СК 6	РО 3 РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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.Знать методы научных исследований и академического письма	СК 4 СК 12	РО 9 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	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. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	СК 8 СК 9 СК 10 СК 11	РО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	К 1.5 К 5.5 К 7.1 К 7.2 К 7.3 К 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	СК 1 СК 6	РО 9 РО 10 РО 11 РО 12	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	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.Матрица достижимости формируемых результатов обучения по образовательной программе с помощью учебных дисциплин

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые результаты обучения (коды)											
				РО1	РО2	РО3	РО4	РО5	РО6	РО7	РО8	РО9	РО10	РО11	РО12
		Цикл общеобразовательных дисциплин													

		Вузовский компонент/Компонент по выбору													
1	Құқық жане жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері Основы права и антикоррупционной культуры Fundamentals of Anti-Corruption Culture and Basics of Law	Данная дисциплина посвящена изучению понятия, источников, субъектов, методов права. Дается характеристика института ответственности в праве Республики Казахстан. А также изучению понятия, сущности и причин происхождения коррупции, мер морально-нравственной и правовой ответственности за коррупционные правонарушения, действующего законодательства в области противодействия коррупции	5	v	v					v				v	
2	Экология және тіршілік қауіпсіздігі Экология и безопасность жизнедеятельности Ecology and Life Safety	Дисциплина рассматривает обще-экологические проблемы, ядром которых вступает человек и биосфера. Направленна на формирование у обучающихся экологического мышления, содержит разделы по экологической безопасности, безопасности жизнедеятельности, источникам и уровням загрязнений биосферы, способы защиты населения, организация спасательных работ, мероприятия по повышению устойчивости их работы в чрезвычайных ситуациях, действия населения, защитные сооружения гражданской	5	v			v			v					v

		обороны и их устройства, обучение населения по гражданской обороне.													
3	Экономика және кәсіпкерлік негіздері Основы экономики и предпринимательства Fundamentals of Economics and Entrepreneurship	Цель изучения данной дисциплины заключается в формировании способности использовать основы экономических знаний и методов экономических наук в различных сферах жизнедеятельности, в умении принимать оптимальные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности. В ходе изучения данной дисциплины студенты овладевают основными понятиями в сфере предпринимательской деятельности, знакомятся с нормативными документами в области предпринимательства в РК, основными механизмами регулирования рыночной экономики, формами организации бизнеса в РК, методологией написания бизнес-плана в соответствии с определенными целями, основными элементами инфраструктуры рынка (в том числе финансовой), учатся применять базовые формы и инструменты для определения наиболее эффективных действий, собирать и анализировать	5	v				v		v				v	v

		исходные данные для оценки бизнес-идеи и написания бизнес-плана; оценивать коммерческие перспективы проекта; грамотно использовать элементы инфраструктуры бизнеса, в том числе государственную поддержку, обеспечить эффективное функционирование предприятия в сложившихся условиях.													
4	Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері Общенаучные методы исследований General scientific research methods	Данная дисциплина рассматривает основные понятия и определения из области планирования, организации и управления научными исследованиями, инновационной деятельности, а также направлена на формирование у обучающих навыков создания академических текстов и письменного представления результатов исследования	5	v			v				v			v	v
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент															
				РО1	**РО2**	**РО3**	**РО4**	**РО5**	**РО6**	**РО7**	**РО8**	**РО9**	**РО10**	**РО11**	**РО12**
5	Кәсіби бағдарланған шет тілі Профессионально-ориентированный иностранный язык English for Specific Purposes	Дисциплина осуществляет профессионально-ориентированное обучение студентов в разрезе из будущей профессии. Представляет собой реализацию принципа профессиональной направленности обучения, формирования у студентов	3		v				v		v	v			

		коммуникативной компетенции для их будущей специальности, необходимой для адекватной профессиональной деятельности на английском языке.													
6	Кәсіби қазақ (орыс) тілі Профессиональный казахский (русский)язык Professional Kazakh (Russian) Language	Дисциплина осуществляет профессионально-ориентированное обучение студентов казахскому языку в разрезе их образовательной программы. Обучение студентов профессиональному казахскому языку представляет собой реализацию принципа профессиональной направленности обучения, формирования у студентов двуязычной коммуникативной компетенции, активного вокабуляра и основ говорения для их будущей специальности, необходимой для профессиональной деятельности, в том числе педагогической, на казахском языке.	3	v		v			v		v	v			
7	Ғылыми зерттеулер әдістемесі/ Методика научных исследований Methods of Research	Формирует у обучающихся навыки научно-исследовательской деятельности, приобщает обучающихся к научным знаниям, готовности и способности их к проведению научно-исследовательских работ.	4		v	v			v	v		v	v		

		Способствует углублению и закреплению обучающимися имеющихся теоретических знаний изучаемых дисциплин и отраслей науки, а также развивает практические умения обучающихся в проведении научных исследований, анализе полученных результатов и выработке рекомендаций по совершенствованию того или иного вида деятельности.													
8	Шет тілі: тілдік қарым-қатынас мәдениеті бойынша практикум Иностранный язык: практикум по культуре речевого общения Foreign Language: Practical Aspects of Communication Culture	Дисциплина предусматривает совершенствование навыков понимания речи, использования лексико-грамматических структур английского языка в процессе выполнения разнообразных практических упражнений, как письменных, так и устных. Студенты приобретают дополнительную возможность овладения новыми языковыми средствами, в том числе лексико-грамматическими, осваивают знания о языковых явлениях изучаемого языка, разных способах выражения мысли для достижения желаемого коммуникативного эффекта.	5			v			v	v		v			
9	Экономика ілімдері	Изучает проблему выбора в условиях ограниченности ресурсов для	4	v	v	v						v		v	

	Экономическая теория Theory of Economics	максимального удовлетворения потребностей людей, состоит из множества школ и направлений. Основная задача экономической теории - дать объяснение происходящих событий в экономической жизни с помощью моделей действительности, отразить в себе реальную экономику.													
10	Маркетинг Маркетинг Marketing	Рассматривает основные понятия и термины, характеризующие различные виды маркетинга, принципы и механизмы функционирования маркетинговых систем в организациях, изучает теоретические основы современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов ,современные инструменты маркетинга для реализации кратко-, средне - и долгосрочных маркетинговых задач организации, а также для организации работ и выстраивании работы с поставщиками услуг рекламы.	4		v		v		v						
11	Менеджмент Менеджмент Management	Изучает науку и искусство побеждать, умение добиваться поставленных целей, используя труд, мотивы поведения и интеллект людей, а также целенаправленное воздействие на людей с	4		v		v	v					v		

		целью превращения неорганизованных элементов в эффективную производственную силу.													
12	Қоғаммен байланыс теориясы мен практикасы Теория и практика связей с общественность ю Theory and Practice of Public Relations	Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» ориентирована на системное и целостное изложение основных концептуальных проблем теории и практики связей с общественностью. Целью дисциплины является формирование у обучающихся глубоких знаний в области теории и практики связей с общественностью. Кроме того, ставится цель научить обучающихся определять степень эффективности предпринимаемых усилий, а также формирование у обучающихся комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и практической реализации информационных кампаний, направленных на оптимизацию отношений фирмы со своей общественностью.	3		v				v	v					
13	Бухгалтерлік есеп Бухгалтерский учет Accounting	Формирует у студентов знания законодательного и нормативного регулирования бухгалтерского учета, усвоение основных правил и приемов ведения учета, получение умений идентифицировать,	5			v		v	v						

		оценивать, классифицировать и систематизировать хозяйственные операции и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем профессиональной компетенции для решения задач в организационно-управленческой деятельности.													
14	Бизнесті ұйымдастыру және кәсіпкерлік Организация бизнеса и предпринимательство Business organization and entrepreneurship	Данная дисциплина поможет сформировать такие универсальные компетенции как: способность к применению инноваций, способность оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование, способность генерировать новые идеи и находить подходы к их реализации при решении задач в профессиональной деятельности.	5		v		v			v					
15	Қаржы Финансы Finances	Освоение курса «Финансы» позволит студентам овладеть понятийным аппаратом по специальности и подготовиться к изучению ее прикладных дисциплин, направленных на развитие профессиональных компетенций, а именно. усвоение теоретических и практических основ финансов на макро - и микроуровне, теоретически обосновать сущность и функции финансов, их роль	5			v		v		v					

		в воспроизводственном процессе.													
16	Белсенді сатылымдар технологиясы Технология активных продаж Active sales technology	Дисциплина направлена на формирование у студентов представлений об основах технологии продаж в хозяйственной деятельности, содержания процесса обслуживания и продажи, изучение документального оформления взаимоотношений предприятия с клиентами. Для этого необходимо рассмотреть общие модели технологии формирования ценообразования, продаж; изучить содержание процесса обслуживания и продажи продукции; раскрыть сущность и содержание понятия технология продажи; познакомить с документным оформлением взаимоотношений предприятия с клиентом.	4			v	v	v				v		v	
17	Учебная практика (Оқу практикасы) Educational Pracrice	Формирует компетенции обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практика направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью в	2	v	v		v		v			v		v	

		соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника и формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций.													
18	Производственная (Өндірістік) практика On-the-job internship	Закрепляет, расширяет, углубляет и систематизирует объем знаний, полученных при изучении профессиональных и специальных дисциплин, на основе изучения деятельности предприятия отрасли и приобретение необходимых умений и навыков практической работы по специальности, сбор необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа.	2		v		v		v	v			v	v	
19	Презентация өнері Искусство презентации Art of presentation	Дисциплина относится к дисциплинам общенаучного цикла, предназначена для создания базы по изучению дисциплин общепрофессионального и специализированного циклов. В рамках изучения дисциплины рассматриваются проблемы, связанные с	4								v	v	v		

		подготовкой презентации (структура презентации, искусство публичного выступления и другие коммуникативные составляющие презентационного процесса), позволяющей эффективно реализовать поставленную докладчиком цель – прежде всего представление и защита проекта.													
20	БАҚ-пен жұмыс Работа со СМИ Working with the Media	Дисциплина «Работа со СМИ» ориентирована на теоретические основы деятельности пресс-службы. Целью освоения дисциплины является формирование системного понимания принципов взаимодействия профессионального работника сферы связей с общественностью, с представителями различных медиа и индустрии развлечений, а также освоение первичных навыков самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента.	4		v		v		v	v		v			
21	PR-менеджмент PR-менеджмент PR management	Целями освоения дисциплины «PR – менеджмент» являются формирование у обучающихся системных знаний о теории и практике функционирования института паблик рилейшнз, принципах, закономерностях, моделях и его роли в социально-	5		v				v	v					

		экономическом развитии общества. Дисциплина изучает коммуникации, роль и место в обществе, а также коммуникационные методы, системы, процессы и закономерности их функционирования и развития.													
22	Интернет желісіндегі баға қалыптастыру Ценообразование в сети Интернет Pricing on the Internet	Дисциплина «Ценообразование в сети Интернет» необходима для базовой подготовки экономистов в условиях рыночных отношений. Целью дисциплины является формирование у молодых экономистов системных знаний и практических навыков в области управления ценами, а также ознакомиться с проблематикой, имеющей отношение к формированию ценовой политики и стратегии коммерческой организации.	5				v	v	v						
23	Тұтынушылардың мінез-құлқы және CJM Поведение потребителей и CJM Consumer Behavior and CJM	Данный курс нацелен на изучение закономерностей и индивидуальных особенностей в потребительском поведении, а также на анализ и исследование широкого спектра факторов, влияющих на потребительское и покупательское поведение индивидов, включая такие факторы, как культура, социальная структура, особенности восприятия и	5		v		v			v			v		

		мотивации, личностные характеристики, стиль жизни, и другие.													
24	Мерчандайзинг Мерчандайзинг Merchandising	Курс изучения дисциплины содержит теоретический материал по основным вопросам мерчандайзинга. Дисциплина предназначена для формирования у обучающихся знания о специфике мерчандайзинга торгового предприятия и формирования практических навыков управления системой мерчандайзинга торгового предприятия. Целью освоения дисциплины является приобретение теоретических знаний и практических навыков планирования и организации торгового процесса с помощью инструментов мерчандайзинга.			v		v				v				
25	Әлеуметтік желілірдегі маркетинг Маркетинг в социальных сетях (SMM) SMM Social Media Marketing	Целями освоения дисциплины «SMM (Social Media Marketing)» является усвоение обучающимися основных теоретических и практических подходов к организации маркетинговых процессов в сфере работы СМИ. В рамках изучения дисциплины рассматриваются теоретические концептуальные представления о сущности маркетинга, существующие основные методики в сфере	5		v				v	v					v

		организации и обеспечения маркетинговой политики средств массовой информации.													
26	Коммерциялық емес маркетинг Маркетинг некоммерческих организаций Marketing for non-profit organizations	Изучение данной дисциплины позволит раскрыть сущность концепции социально - ответственного маркетинга, использовать специфические особенности маркетинговой деятельности в некоммерческих организациях, разрабатывать для них стратегию и тактику маркетинга, подходы к реализации маркетинговой деятельности. Актуальные вопросы из практики коммуникационной деятельности фирм и компаний. Изучение средств маркетинговых коммуникаций, стратегий и технологий позволяет студентам овладеть практическими навыками организации и планирования маркетинговых мероприятий в некоммерческих организациях, а также принятие обоснованных и эффективных маркетингово-управленческих решений.			v				v	v					v
27	Digital-маркетинг	Основная цель дисциплины - способствовать	5		v					v	v				

	Digital-маркетинг Digital marketing	формированию современного маркетингового мышления, приобретению знаний и компетенций, позволяющих активно участвовать в разработке стратегий digital-маркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов. Данный курс изучает все возможные формы цифровых каналов для продвижения бренда. В них входят: телевидение, радио, интернет, социальные медиа и другие формы.													
28	Жарнама және баспалық графика Реклама и печатная графика Advertising and print graphics	Данная дисциплина ориентирована на подготовку профессионального специалиста в области графического дизайна, способного успешно решать потребительские задачи на высоком художественном уровне в условиях современного рынка. Целью дисциплины является ознакомление обучающихся со спецификой рекламной графики, с видами рекламной и печтаной продукции, приобретение навыков абстрактного и концептуального мышления, графической стилизации, обучение методам создания основных рекламно-графических элементов.			v				v	v					

29	Event-менеджмент Event-менеджмент Event management	Дисциплина «Event-менеджмент» нацелена на изучение организации мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Целью дисциплины «Event-менеджмент» является формирование у обучающихся навыков проведения развлекательных мероприятий, освоения основных методов планирования, организации и анализа эффективности проведенного мероприятия.	5		v				v		v				
30	Жағдайлық маркетинг Событийный маркетинг Event marketing	Учебная дисциплина «Событийный маркетинг» является развитием положений базового курса маркетинга, экономической теории, а также функциональных экономических наук (финансов, менеджмента) и информационно аналитических наук (статистики). Целью изучения дисциплины является формирование общекультурных и профессиональных компетенций, знаний и умений в области применения инструментов и технологий событийного маркетинга на практике с целью повышения эффективности маркетинговых коммуникаций и			v				v	v					

		управления специальным событием.													
31	Халықаралық нарықтағы электронды бизнес Электронный бизнес на международном рынке E-business in the international market	Дисциплина «Электронный бизнес на международном рынке» посвящена изучению теории и практики ведения предпринимательской деятельности с использованием Интернета. Цель изучения дисциплины – дать обучающимся фундаментальные знания по теоретическим и практическим основам технологий электронного бизнеса и методике их применения в профессиональной деятельности.	4			v		v		v					
32	B2B Маркетинг B2B Маркетинг B2B Marketing	Данная дисциплина направлена на изучение теоретических основ современных концепций и тенденций в области промышленного маркетинга, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке промышленных товаров и услуг, а также развитие у студентов умений и навыков, позволяющих решать проблемы прикладного маркетинга, определяющих производственную и коммерческую деятельность промышленного предприятия; особенностей построения маркетинговой				v			v	v					v

		деятельности на B2B рынке, формирование навыков работы в B2B сфере, прогнозирование изменения окружающей среды и деятельности компании, а также расчета эффекта от проводимых маркетинговых мероприятий.													
33	Жобалармен басқару және ритейл Управление проектами и ритейл Project Management and Retail	Цель изучения данной дисциплины - дать знания обучающийся об общих принципах управления проектами в условиях рыночной экономики как инструмента реорганизации производства в промышленности. Задачи освоения дисциплины: изучить современные стандарты и методики управления проектами; изучить и освоить функциональность информационных систем управления проектами.	5			v		v		v		v			
34	Талантты басқару Управление талантами talent management	Дисциплина «Управление талантами» предполагает изучение системы управления талантами, знакомство с ролью профиля должности в привлечении и подборе талантов, с технологиями привлечения и отбора талантов с учётом принципа соответствия должности, методы отбора талантов, роль HR – менеджера и линейных менеджеров в признании и			v	v		v		v		v			v

		вознаграждении талантов. Программа дисциплины содержит информацию о специфике работы с «талантами» предприятия. Программа поможет будущим выпускникам использовать современные подходы в работе с персоналом организации, в частности, с «талантами» предприятия», в условиях реальной бизнес-среды.													
35	Копирайтинг Копирайтинг Copywriting	Знакомит студентов с концепциями и спецификой рекламного и PR-текста и дает практические навыки работы с текстами в рекламе и связях с общественностью; позволяет применить полученные теоретические сведения и практические навыки при создании текстов.	5								v	v	v	v	
36	Контроллинг Контроллинг Controlling	Изучает теорию и практику современного управления на стыке экономического анализа, планирования, управленческого учета и менеджмента. Контроллинг переводит управление предприятием на качественно новый уровень, интегрируя, координируя и направляя деятельность различных служб и подразделений предприятия на достижение оперативных и стратегических целей				v		v			v		v		
37	Экономикалық статистика және	Дисциплина экономической статистики	5			v		v	v	v		v			v

	эконометрика Экономическая статистика и эконометрика Economic statistics and econometrics	и эконометрики использует статистические и математические методы для анализа экономических данных, позволяющая анализировать связи между различными экономическими показателями на основании реальных статистических данных с применением методов теории вероятностей и математической статистики. Цель курса - дать обучающимся навыки анализа экономических данных, оценки экономической политики и составления обоснованных прогнозов относительно экономических результатов.													
38	Экономика-математикалық модельдеу Экономико-математическое моделирование Economic and mathematical modeling	Изучает экономико-математические методы, модели и способы эффективного применения современных экономико-математических методов и моделей для математического моделирования экономических систем и процессов, выполнения экономического анализа, поиска оптимального или допустимого решения поставленной задачи. Рассматривает экономико-математические модели, их анализ и использование для принятия управленческих				v		v	v	v		v		v	

		решений, а также применение данных методов при разработке и анализе проектов													
39	Іскерлік қарым-қатынас этикасы Этика делового общения Ethics of business communication	«Этика делового общения» является дисциплиной, которая раскрывает основные понятия речевого воздействия, показывает методы и приемы нейтрализации манипулятивного влияния. Цель дисциплины состоит в формировании культуры межличностного взаимодействия в сфере деловых отношений, развитии умений и навыков самостоятельной организации процесса деловых переговоров, активизации творческого подхода в установлении деловых отношений.	5								v	v	v	v	
40	Бизнес деректерін талдаудың сандық әдістері Количественные методы анализа бизнес-данных Quantitative methods for business data analysis	Изучение данной дисциплины позволяет получить навыки собирать и обрабатывать любые данные, строить на базе наблюдаемых данных системы показателей, описывающие социально-экономические процессы, выявлять закономерности развития этих процессов в виде соотношений, использование которых даёт возможность выстраивать прогнозы, принимать обоснованные решения. Наряду с этим количественные методы анализа бизнес-данных				v		v	v	v		v		v	

		позволяют оценивать неопределённость, присущую всем видам человеческой деятельности, что способствует выработке мер по снижению ущерба, вызванного реализацией событий, суть которых риски.													
41	Брендинг және бренд-менеджмент Брендинг и бренд-менеджмент Branding and brand management	Дисциплина направлена на приобретение теоретических знаний о торговой марке и бренде как основополагающих категориях маркетинга организаций и получение практических навыков, связанных с технологиями создания и управления брендом. Целями освоения дисциплины являются усвоение обучающимися основных понятий и принципов, приобретение знаний и выработка практических умений в реализации рекламного дизайна.	5		v		v		v					v	
42	Производственная практика On-the-Job Internship	Закрепляет, расширяет, углубляет и систематизирует объем знаний, полученных при изучении профессиональных и специальных дисциплин, на основе изучения деятельности предприятия отрасли и приобретение необходимых умений и навыков практической	12			v		v	v		v	v			

		работы по специальности, сбор необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа													
43	Производственная (Өндірістік) практика On-the-Job Internship	Закрепляет, расширяет, углубляет и систематизирует объем знаний, полученных при изучении профессиональных и специальных дисциплин, на основе изучения деятельности предприятия отрасли и приобретение необходимых умений и навыков практической работы по специальности, сбор необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа	2			v		v			v	v			
44	Преддипломная (Дипломалды) практика Pregraduation Internship	Преддипломная практика предусматривает сбор материала, необходимого для выполнения дипломной работы в соответствии с избранной темой и планом, согласованным с руководителем выпускной	6				v			v	v	v			

		квалификационной работы, а также углубление и закрепление теоретических знаний в соответствии с профессиональными компетенциями.													
45	Time-менеджмент Time-менеджмент Time management	Целью данного курса является формирование у будущих специалистов теоретических знаний, практических умений и навыков повышения личной эффективности. Изучение данной дисциплины позволяет устанавливать качество личностного позиционирования в социокультурной сфере, необходимое для адекватного целеполагания профессионально ориентированной деятельности. «Time-менеджмент» является ключевым пунктом в системе подготовки будущих менеджеров, которым предстоит работать в сложных условиях неопределенности и риска.	5	v				v			v				
46	Бизнес-жобалау Бизнес-планирование Business planning	Рассматривает содержание основных разделов бизнес-плана, формы отчетности и показатели оценки инвестиционной привлекательности бизнес-проекта; методику построения, анализа и прикладного использования бизнес-плана в хозяйственной			v		v			v					

		деятельности предприятия; процесс организации бизнес-планирования на предприятии и контроль за его реализацией; возможности и направления совершенствования методики бизнес-планирования и способов их эффективной реализации													
47	Self-брендинг Self-брендинг Self-branding	Данный курс изучения дисциплины предполагает создание у обучающихся ключевых компетенций в области маркетинга и формирование системы теоретических представлений и практических навыков, которые могут позволить им полноценно управлять различными направлениями маркетинговой деятельности. Основная цель курса - овладение обучающимися теоретических основ формирования, управления и развития бренда, который способствует повышению компетентности специалиста по связям с общественностью в сферах экономического, политического и социального брендинга.	5	v	v		v					v			
48	Инновациялық жобалар маркетингі Маркетинг инновационных проектов	Изучение курса должно способствовать развитию современного маркетингового мышления и практических навыков маркетинговой			v	v	v							v	

	Marketing innovation projects	деятельности с учетом особенностей высокотехнологичных рынков. Целями курса являются: ознакомление с основными особенностями применения концепции маркетинга инноваций, приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга в условиях рынка инноваций, высокого риска и недостатка информации.													
49	Қақтығыстану Конфликтология Conflict Studies	Формирует обширные и систематизированные знания в области теории и практики социальных, экономических, политических, этнических и организационных конфликтов, рассматривает пути, и способы их урегулирования, а так же формирует комплексное представление о планировании переговоров, разработке стратегии и тактики переговоров.	5			v			v	v					v
50	Басқарушылық шешімдерді жасау Разработка управленческих решений Designing of Managerial Decisions	Изучает ключевые концепции менеджмента, дает ясное и осмысленное представление об областях применения менеджмента в сфере управленческих решений, познать идеи и опыт, относящиеся к такому сложному и многостороннему виду человеческой деятельности, как управление, научить		v			v		v		v				v

		использовать полученные знания в управлении людьми и организацией, создать методологическую основу для последующего изучения, как отдельных аспектов менеджмента, так и для формирования цельного мировоззрения применительно к управленческим проблемам в области управления инновациями.													
51	Сапа менеджменті жүйесі Система менеджмента качества Management quality system	Формирует внедрения и разрабатывает на предприятии стандартов для выполнения поставленных задач, касающихся качества продукции. Как и любая другая, данная система определяется целями, структурой, элементами, а также звеньями, которые их связывают. Система менеджмента качества расматривает методики, процессы, ресурсы, объединенные в одно целое и направленные на выполнение поставленных задач, касающихся планирования, управления и обеспечения качества.	5		v	v		v				v			
52	Жобалық маркетинг Проектный маркетинг Project marketing	Дисциплина «Проектный маркетинг» изучает: современную технологию осуществления проектной деятельности, основные признаки, типы и характеристики проектов. Основной целью изучения дисциплины является				v	v	v		v					v

		создание у обучающихся профессионального представления о целостном, процессе деловой активности субъектов хозяйствования в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у них практических навыков разработки и маркетинга проектов.													
53	Маркетингтік талдау және аудит Маркетинговый анализ и аудит Marketing Analysis and Audit	Дисциплина «Маркетинговый анализ и аудит» раскрывает теоретические и практические основы построения системы проведения всех видов маркетингового анализа и аудита в компании силами сотрудников маркетингового подразделения, а также с привлечением сторонних аудиторских или консалтинговых агентств с акцентом на оптимальные исполнения в условиях дефицита финансовых и трудовых ресурсов. Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся комплексного представления о маркетинговом анализе и аудите, в процессе управления маркетинговой деятельностью.	5				v	v			v				
54	Интернет-сатулар стратегиясы	Дисциплина “Стратегия интернет-продаж ” изучает основы стратегии интернет-			v					v				v	

	Стратегия интернет-продаж Internet Sales Strategy	продаж и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии. Цель дисциплины “Стратегия интернет-продаж ” - сформировать у обучающихся актуальную базу и наработать практические навыки в области интернет-продаж, управления продвижением, стратегического маркетинга.													
55	Логистика Логистика Logistics	Изучает сложные динамические производственно-коммерческие комплексы, осуществляющие организационно-экономическую деятельность в области снабжения, основного производства, транспортных и сбытовых операций. Изучает организационно-экономические отношения в сфере товародвижения на этапах закупки, производства и сбыта продукции.	5				v		v			v			
56	Интернет-жобаларды басқару Управление интернет-проектами Management of Internet projects	Цель курса: сформировать у обучающихся полное и четкое представление о сущности проектного управления и всем комплексе понятий и дисциплин, входящих в управление проектами, и взаимосвязях между ними.					v		v			v			v
57	Өніммен басқару	Целью освоения дисциплины данной	6				v		v	v		v			v

	Управление продуктом Product Management	дисциплины является обучение студентов теоретическим знаниям, включающим современные концепции и тенденции в области управления продуктом с точки зрения применения маркетинговый инструментов на каждом этапе жизненного цикла, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке товаров и услуг, а также развитие у обучающихся умений и навыков, позволяющих решать проблемы прикладного маркетинга, определяющих производственную и коммерческую деятельность коммерческого предприятия													
58	Цифрлық ортадағы маркетингтік коммуникациялар Маркетинговые коммуникации в цифровой среде Marketing communications in the digital environment	Дисциплина рассматривает и изучает актуальные вопросы из практики коммуникационной деятельности фирм и компаний. Изучение средств маркетинговых коммуникаций, стратегий и технологий позволяет студентам овладеть практическими навыками организации рекламных и PR- акций и кампаний, стимулирования сбыта, личной продажи, направленных на продвижение товаров и услуг, лучше воспринимать					v		v	v		v			v

		и усваивать материал. Кроме того, имеются достаточно показательные примеры коммуникационной (рекламной) деятельности компаний на зарубежных рынках.														

ОДОБРЕНО:

Рассмотрено на заседании УиНМС университета, протокол № 5 от 27.04.2023 г.

Председатель УиНМС университета _____ Ж.Е. Байкенов

Директор ДАП _____ Г.Ж. Сарсембаева

РАЗРАБОТАНО:

Академическим комитетом (приказ № 53-п от 26.10. 2022 г.)

Рассмотрено на заседании УМС кафедры, протокол № 5 от 17.04.2023 г.

Зав.кафедрой _____ И.В. Бордияну