

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН
КАЗАХСТАНСКО-АМЕРИКАНСКИЙ СВОБОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Образовательная программа 6B04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»

Уровень Бакалавриат

Код и классификация области образования: 6B04 Бизнес, управление и право

Код и классификация направлений подготовки: 6B041 Бизнес и управление

Группа образовательных программ: B047 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, 2024

Модульно образовательная программа согласована:

ТОО «Аксес-Алтайский-Казахстан»

(Наименование предприятия (учреждения, организации))



Давидишвили
(Ф.И.О. руководителя)

Давидишвили
И. В.

ТОО «Алм-Софт»

(Наименование предприятия (учреждения, организации))



Аманжол
(Ф.И.О. руководителя)

Аманжол
Для документов

ТОО «Талрос Центр Организации Туризм и Инвестиции А.Ш.»

(Наименование предприятия (учреждения, организации))



Аманжол
(Ф.И.О. руководителя)

Гостиница «City Hotel»

(Наименование предприятия (учреждения, организации))



Аманжол
(Ф.И.О. руководителя)

Паспорт образовательной программы

Год разработки	2024 г.
Основания для разработки	<ul style="list-style-type: none">- 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 6B04108 «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	<ul style="list-style-type: none"> – 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 6B04108 «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 6B04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»	
Общие компетенции (ОК)	<p><i>По завершении образовательной программы 6B04108 «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:</i></p> <p>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;</p>

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, культурологии 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.

<p>Ключевые компетенции (КК)</p>	<p><i>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:</i></p> <p>КК 1: проявлять деловую и инновационную активность в предполагаемой области для решения поставленных задач;</p> <p>КК 2: владеть теориями, инструментами и методами PR-менеджмента и маркетинга;</p> <p>КК 3: знать методы и инструменты в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов);</p> <p>КК 4: знать методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, для сбора и обработки маркетинговой информации;</p> <p>КК 5: владеть принципами системного анализа в области коммуникаций с общественностью и маркетинга;</p> <p>КК 6: осуществлять грамотный выбор метода сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</p> <p>КК 7: владеть навыками работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования, а также коммуницирования и продвижения товара;</p> <p>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.</p>
<p>Специальные компетенции (СК)</p>	<p><i>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:</i></p> <p>СК 1: принимать решения и оценивать их последствия, анализируя актуальную информацию, используя разнообразные аналитические методы, учитывая принципы корпоративной социальной ответственности и этические последствия;</p> <p>СК 2: осуществлять профессиональную функцию в сфере бизнеса и управления, используя соответствующие цифровые технологии, инструменты и теории;</p> <p>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;</p> <p>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;</p>

	<p>СК 5: анализировать и представлять финансовую и управленческую информацию для внутренних и внешних заинтересованных сторон;</p> <p>СК 6: проявлять лидерские качества и практиковать самостоятельное обучение как для раскрытия индивидуального потенциала и формирования предпринимательского мышления, так и на благо служению обществу;</p> <p>СК 7: оценивать и применять методы коммерциализации идей, и возможности коммуницирования идей конечному потребителю;</p> <p>СК 8: планировать, создавать и внедрять эффективные маркетинговые стратегии и стратегии по связям с общественностью для любых организаций на всех уровнях развития;</p> <p>СК 9: понимать и оценивать внутреннюю организационную динамику и вовлечение заинтересованных сторон;</p> <p>СК 10: оценивать, создавать и внедрять маркетинговые кампании, используя традиционные и цифровые технологии;</p> <p>СК 11: предлагать и продвигать новые маркетинговые идеи, исследуя тренды, анализируя поведение потребителей и проводя анализ внутренних и внешних данных на рынке;</p> <p>СК 12: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования.</p>
<p>Присуждаемая степень</p>	<p>Бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»</p>
<p>Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»</p>	
<p>Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»</p>	<p>После успешного завершения этой программы обучающийся будет:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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 повседневного 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.

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>РО 11. Понимать значение принципов и культуры академической честности при подготовке и написании курсовых и дипломных работ, отчетов по практике, статей и исследований.</p> <p>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).</p>
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	Семестр	Компоненты модуля						Формируемые компетенции
				ECTS	Код дисциплины	Наименование дисциплины / проф.практик и т.п.	Цикл Дисциплины (ООД, БД, ПД)	OK/ВК/КВ	Количество кредитов	
1. Общие модули										
общеобразовательный	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> 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.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений с помощью знания и понимания дисциплин модуля;</i> 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;</p>	23	2	IK1101	История Казахстана	ООД	ОК	5	2гос	ОК1 ОК2 ОК5 ОК7
			2	OEP1113	Основы экономики и предпринимательства	ООД	КВ	5	экз	
			2	ОРАК 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)1 12 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	

	<p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам</i> путем установления контакта, поддержание разговора, навыков синхронного общения, умения договариваться и настаивать на своих законных правах; <i>о взаимодействии игроков в команде, поддержания разговора, навыков синхронного общения и ведения диалога;</i></p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области;</i> эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций;</p> <p>- <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области;</i> умение вести дневник самоконтроля, выполнять домашние задания, а также готовиться к сдаче обязательных заданий по общеобразовательным дисциплинам;</p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности;</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</p>		2	ОМ1116	Общенаучные методы исследований	ООД	КВ	5	экз	
Модуль социально-политических знаний	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> 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;</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> объяснять и интерпретировать предметное знание (понятия, идеи, теории) во всех областях наук, формирующих учебные дисциплины модуля (социологии, политологии, культурологии, психологии); - объяснять социально-этические ценности общества как продукт интеграционных процессов в</p>	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		

	<p>системах базового знания дисциплин социально-политического модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам:</i> 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; - <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> 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. - <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области</i> в рамках исследуемых дисциплин модуля согласно знаниям научной доказательной психологии, а также основываясь на основных законах политологии и социальной жизни общества. - <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области</i> психологических, социально-политических и культурологических знаний. - <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе 									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Модули образовательной программы

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

	<p>основы анализа и формализации ключевых бизнес-процессов организации; порядок принятия эффективных управленческих решений;</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам</i>: в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия</p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области</i>: 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;</p> <p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области</i> 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.</p> <p>- <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними</i> 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.</p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при написании дипломных работ, отчета по учебной практике и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</p>		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	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области</i>: 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.</p>	21	1	ЕТ 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	ОВР 3210	Организация бизнеса и предпринимательство	БД	ВК	5	экз	

	<p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области экономики и бизнеса.</p> <p>- 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.</p>		2	ESE 2233	Экономическая статистика и эконометрика	БД	К	5	Экз	
			3	Fin 2212	Финансы	БД	ВК	5	Экз	
			5	KMABD 3236	Количественные методы анализа бизнес-данных	БД	ВК	5	экз	
Управленческий	<p>- 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</p>	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	

<p>службы на предприятии; классификацию фирм; факторы внутренней и внешней среды фирм.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> 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.</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам:</i> 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.</p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> оценки рискованных 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;</p> <p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля</i> при организации управления компанией, организации рекламы товаров и услуг фирмы, а также в системе формирования бизнес-планов предприятия.</p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</p>	6	Kop 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	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> конечную цель логистической деятельности, которая достигается в результате выполнения «шести правил логистики»; функциональную взаимосвязь логистики с маркетингом, финансами и планированием производства.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> 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.</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам:</i> 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.</p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> 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;</p>	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 комплексного 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		

	<p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля</i> при организации логистических процессов в рамках управления проектами и рисками компании и продуктами.</p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> 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.</p>									
Рекламный	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> 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.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> исходя из маркетинговой ситуации, выбрать адекватное средство распространения рекламы; адекватный носитель рекламы; в проведении рекламных исследований и применения</p>	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	Кор 4231	Копирайтинг	БД	КВ	6	экз	
			4	TAP 2212	Технология активных продаж	БД	ВК	4	экз	

	<p>результатов исследований в практической деятельности; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг.</p> <p>- 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;</p> <p>- сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: оценки рискованных 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;</p> <p>- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: при прохождении производственной практики в умении использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p> <p>- 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.</p>									СК4 СК7 СК8 СК12
Информационный	<p>- 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.</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: в разработке маркетинговой стратегии и реализация</p>	12	7	МКС 4318	Маркетинговые коммуникации в цифровой среде	ПД	КВ	6	экз.	ОК5 ОК6 КК3 КК5 КК7 СК2 СК4
			4	СІ 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 знания и понимания дисциплин модуля; базовой электронной коммерции; коммерческой этики в электронной и виртуальной среде;		5	DM 3223	Digital-маркетинг	БД	КВ	6	экз	СК7 СК10 СК12
	- 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.		6	EBMR 3227	Электронный бизнес на международном рынке	БД	КВ	5	экз	
	- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: управление временем; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач).		8	PP 4303	Производственная практика	ПД	ВК	12	отч	
	- 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.									
Имиджевый	- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: классификацию торговых марок\брендов; модели брендов; процесс разработки	15	5	BVM 3301	Брендинг и бренд-менеджмент	ПД	ВК	5	экз	ОК5 КК3 СК10
		7	SB 4307	Self-брендинг	ПД	КВ	6	экз		

	<p>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.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> осуществлять выбор форм и методов имиджологии для построения образа в рекламе; управлять корпоративным имиджем; применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> в совокупности с основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при анализе создания идеального образа.</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам:</i> определять классификационную принадлежность бренда; разрабатывать модель бренда; разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда.</p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> практического формирования, управления и продвижения брендом; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг, владения методологией инструментов маркетингового управления.</p> <p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля</i> для демонстрации качественного бренда, становления узнаваемости продукта и услуги и самой компании в целом.</p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</p>									СК11
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	------

Социальный	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> 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.</p> <p>- <i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> 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.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> 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</p>	24	5	PRM 2217	PR-менеджмент	БД	КВ	6	экз	OK5 OK6 KK4 KK5 KK6 СК8 СК10 СК11 СК12
		6	PPCJM 3219	Поведение потребителей и CJM	БД	КВ	5	экз		
		7	Кон 4309	Конфликтология	ПД	КВ	5	экз		
		7	SMM 4221	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	БД	КВ	5	экз		

	<p>организации, в области изучения и моделирования поведения покупателей и принятия решений о покупке.</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам:</i> 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</p> <p>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</i> продвижения социально значимых проблем; изучения корпоративной культуры, фандрайзинга, позиционирования организации; приемами построения эффективной коммуникации с целевой аудиторией; владеть принципами и методологией объективного анализа конфликтов.</p> <p>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля</i> для качественного управления конфликтами и другими социальными процессами в коллективе, а также для продвижения продуктов и самопиара для узнаваемости и социальной значимости бренда.</p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</p>			MNO 4222	Маркетинг некоммерческих организаций				экз	
--	---	--	--	----------	--------------------------------------	--	--	--	-----	--

3. Дополнительные модули										
Коммуникативный	<p>- <i>демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области:</i> 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.</p> <p>-<i>применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области:</i> в разных сферах и ситуациях общения; правильно использовать языковые средства в оформлении мысли.</p> <p>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений:</i> с помощью знания и понимании дисциплин модуля; сформировать целостное представление об этическом</p>	41	1	K(R) Ya 1103	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз.	ОК1 ОК5 КК5 КК7 СК3 СК7
			5	ЕДО 3235	Этика делового общения	БД	КВ	5	экз	
			6	PP3302	Производственная практика	ПД	ВК	2	отч	

<p>поведении в организации; ориентироваться в теоретических и прикладных аспектах этики бизнеса.</p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>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.</i></p> <p>- <i>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.</i></p>	1	ИКТ 1107	Информационные коммуникационные технологии на английском языке	ООД	ОК	5	экз
	2	К(R) Ya 1104	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз
	3	ГYaPKRO 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)											
				PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10	PO11	PO12
				Цикл общеобразовательных дисциплин											

Вузовский компонент/Компонент по выбору														
1	Құқық және 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. Направлена 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	<p>Экономика және кәсіпкерлік негіздері</p> <p>Основы экономики и предпринимательства</p> <p>Fundamentals of Economics and Entrepreneurship</p>	<p>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</p>	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 обучающихся навыков создания академических текстов и письменного представления результатов исследования	5	v			v				v			v	v
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент															
				PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10	PO11	PO12
5	Кәсіби бағдарланған шет тілі Профессиональн о-ориентированны й 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 Профессиональн ый қазақшый (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 Иностраный 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 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 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 общественностью 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-отчетной, учетной, 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 прессы-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 публичных отношений, 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, личные характеристики, стиль жизни, и другие.													
24	<p>Мерчандайзинг Мерчандайзинг Merchandising</p>	<p>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.</p>			v		v				v				
25	<p>Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетинг в социальных сетях (SMM) SMM Social Media Marketing</p>	<p>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</p>	5		v			v	v						v

		организации и обеспечения маркетинговой политики средств массовой информации.												
26	Коммерциялык 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 печатной 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

	<p>эконометрика Экономическая статистика и эконометрика Economic statistics and econometrics</p>	<p>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.</p>													
38	<p>Экономика-математикалык модельдеу Экономико-математическое моделирование Economic and mathematical modeling</p>	<p>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</p>			v		v	v	v		v		v		

		решений, а также применение данных методов при разработке и анализе проектов												
39	<p>Іскерлік қарым-қатынас этикасы Этика делового общения Ethics of business communication</p>	<p>«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.</p>	5							v	v	v	v	
40	<p>Бизнес деректерін талдаудың сандық әдістері Количественные методы анализа бизнес-данных Quantitative methods for business data analysis</p>	<p>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</p>				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 основ теоретических 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 стандарты 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 рассматривает 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


	<p>Управление продуктом Product Management</p>	<p>дисциплины является обучение студентов теоретическим знаниям, включающим современные концепции и тенденции в области управления продуктом с точки зрения применения маркетинговых 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</p>													
58	<p>Цифрлық ортадағы маркетингтік коммуникациялар Маркетинговые коммуникации в цифровой среде Marketing communications in the digital environment</p>	<p>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</p>				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 26.04.2024 г.

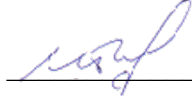
Председатель УиНМС университета  Ж.Е. Байкенов

Директор ДАП  А.М. Мукажанова

РАЗРАБОТАНО:

Академическим комитетом (приказ № 36-п от 01.09. 2023 г.)

Рассмотрено на заседании кафедры, протокол № 9 от 14.04.2024 г.

Зав.кафедрой  И.В. Бордияну