

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



«УТВЕРЖДЕНО»

Решение Ученого совета КАСУ,  
Протокол № 9 от «13» мая 2025 г.

Р. Жане-беков Е. А. Мамбетказиев

**МОДУЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**Образовательная программа 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»**

**Уровень** Бакалавриат

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

Код и классификация направлений подготовки: 6В041 Бизнес и управление

Группа образовательных программ: В047 Маркетинг и реклама

Уровень по МСКО: 6

Уровень по НРК: 6

Уровень по ОРК: 6

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

Объем кредитов: 240

г. Усть-Каменогорск, 2025

Модульно образовательная программа согласована:

ТОО "Азот-Казахстан -  
Карбогидрат"

(Наименование предприятия (учреждения, организаций)



Сергей  
Денисович  
Н.В.  
(Ф.И.О. руководителя)

ТОО "Азот-Соды"

(Наименование предприятия (учреждения, организаций)



ТОО "Таирое Чимкент Отель-Инвест"  
Узбек Ашениллаев А.С."

(Наименование предприятия (учреждения, организаций)



Гостиница "City Hotel"

(Наименование предприятия (учреждения, организаций)



## Паспорт образовательной программы

<b>Год разработки</b>	2025 г.
<b>Основания для разработки</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 года № 319-III ЗРК. ( <i>(с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.03.2025 г.)</i> )</li> <li>– 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 02.08.2023 № 379 ).</li> <li>– 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). ( <i>(с изменениями и дополнениями по состоянию на от 04.03.2025 № 90 г.)</i> )</li> <li>– Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, утвержденные приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 20 апреля 2011 года №152 (в редакции приказа Министра науки и высшего образования РК от 04.04.2023 № 145 и 25.07.2023 № 334).</li> <li>– Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 октября 2018 года № 569 Об утверждении Классификатора направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием (в редакции приказа и.о. Министра науки и высшего образования РК от 21.07.2023 № 327)</li> <li>– Об утверждении Методики по формированию статистических показателей по образованию по схеме "Международная стандартная классификация образования-2011". Приказ и.о. Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 23 декабря 2015 года № 220. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 21 января 2016 года № 12908. в редакции приказа и.о. Руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК от 10.01.2022 № 51</li> <li>– Академическая политика КАСУ (утверждена Ученым советом протокол № 5 от 15.01.2024 г.).</li> <li>– Положение по разработке и утверждению образовательных программ (утверждено Ученым советом КАСУ, протокол №3 от 17.11.2021 г.)</li> </ul>
<b>Профессиональные стандарты</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Профессиональный стандарт: «Активные продажи». Приложение № 1 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 27.12.2019г. №266</li> <li>– Профессиональный стандарт: «Менеджмент социальных сетей (SMM)». Приложение № 88 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №263</li> <li>– Профессиональный стандарт: «Маркетинг инновационной продукции/услуг». Приложение № 4 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259</li> <li>– Профессиональный стандарт: «Управление проектами».</li> </ul>

	Приложение № 93 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019г №263
<b>Профессиональный стандарт</b>	– 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
<b>Профессии</b>	Аналитик-маркетолог
<b>Трудовые навыки</b>	<p><b>Обязательные трудовые функции:</b></p> <p>1) Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Собирать и анализировать внутреннюю и внешнюю информацию, которая служит основой для маркетинговых исследований;</li> <li>- Подготавливать процесс проведения маркетингового исследования, устанавливать сроки и требования к проведению маркетингового исследования;</li> </ul> <p>2) Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами;</li> <li>- Разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации;</li> </ul> <p>3) Анализ маркетинговых исследований</p> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проводить исследования и анализировать общественное мнение по основным факторам, влияющим;</li> </ul>
<b>Периодичность пересмотра</b>	1 раз в год
<b>Срок реализации</b>	4 года
<b>Миссия</b>	Формирование общекультурных (универсальных): социально-личностных, общенациональных, 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.
<b>Цель</b>	Основная цель образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»: подготовка специалиста маркетолога новой формации, умеющего проводить маркетинговые исследования, обладающего широкими фундаментальными знаниями, обладающего способностью к научному поиску и творчеству, адаптации к меняющимся требованиям рынка труда и технологий, ориентирующегося в основных мировых тенденциях развития медиа отрасли (содержательных и технологических), в процессе конвергенции и важнейших инновационных практик в сфере масс-медиа.
<b>Задачи</b>	– сформировать у обучающихся общеучебные и специальные знания, умения и навыки по дисциплинам, предусмотренным государственным

	<p>стандартом образования, а также базовые и предметные компетенции по дисциплинам;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– развить социальные, эмоционально-волевые, интеллектуальные, психические и др. качества личности;</li> <li>– воспитать компетентную и конкурентоспособную личность;</li> <li>– подготовить специалистов для маркетинговой и PR- деятельности в различных сферах экономики и бизнеса.</li> </ul>
<b>Перечень квалификаций и должностей</b>	<p>Бакалавры бизнеса и управления по ОП 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» могут занимать должности: специалист по маркетингу, специалист по маркетинговым исследованиям, аналитик, начальник отдела маркетинга, бренд-менеджер, product-менеджер, менеджер по продажам, начальник отдела сбыта, трейд-менеджер, интернет-маркетолог, менеджер по рекламе, менеджер по связям с общественностью, ATL-, BTL-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-маркетолог, event-менеджер</p>
<b>Условия реализации ОП для лиц с инвалидностью и ООП</b>	<p>Обеспечение беспрепятственного доступа в здания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- входные группы учебных корпусов оснащены пандусами;</li> <li>- специальная кнопка вызова помощи персонала;</li> <li>- тактильные знаки на дверях и лестничных площадках;</li> <li>- подъездные пути, автопарковка.</li> </ul> <p>На 1 этажах учебных корпусов предусмотрены отдельные места общего пользования, оборудованные поручнями, держателями и тактильными указателями.</p> <p>Организация учебного процесса обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- строчные лупы, программы увеличения экрана для слабовидящих, озвученные программы для незрячих.</li> <li>- электронная библиотека, включающая аудиокниги.</li> </ul> <p>При университете функционируют:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кабинет инклюзии с штатной единицей ассистента – преподавателя по поддержке инклюзии.</li> </ul> <p>служба психологической помощи, оказание психологической поддержки осуществляют психолог университета.</p>
<p><b>Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент»</b></p>	
Общие компетенции (ОК)	<p><i>По завершении образовательной программы 6В04108 «Маркетинг и PR-менеджмент» бакалавры должны владеть следующими общими компетенциями, которые обеспечивают социально-культурное развитие личности будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций:</i></p> <p><b>ОК 1</b> - 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> <p><b>ОК 2</b> - интерпретирует содержание и специфические особенности мифологического, религиозного и научного мировоззрения;</p> <p><b>ОК 3</b> - аргументирует собственную оценку всему происходящему в социальной и производственной сферах;</p> <p><b>ОК 4</b> - проявляет гражданскую позицию на основе глубокого понимания и научного анализа основных этапов, закономерностей и своеобразия исторического развития Казахстана;</p> <p><b>ОК 5</b> - использует методы и приемы исторического описания для анализа причин и следствий событий истории Казахстана;</p>

	<p><b>ОК 6</b> - оценивает ситуации в различных сферах межличностной, социальной и профессиональной коммуникации с учетом базового знания социологии, политологии, культурологии и психологии, финансовой грамотности;</p> <p><b>ОК 7</b> - синтезирует знания данных наук как современного продукта интегративных процессов;</p> <p><b>ОК 8</b> - использует научные методы и приемы исследования конкретной науки, а также всего социально-политического кластера;</p> <p><b>ОК 9</b> - вырабатывает собственную нравственную и гражданскую позицию;</p> <p><b>ОК 10</b> - оперирует общественными, деловыми, культурными, правовыми и этическими нормами казахстанского общества;</p> <p><b>ОК 11</b> - демонстрирует личностную и профессиональную конкурентоспособность;</p> <p><b>ОК 12</b> - применяет на практике знания в области общественно-гуманитарных наук, имеющего мировое признание;</p> <p><b>ОК 13</b> - осуществляет выбор методологии и анализа;</p> <p><b>ОК 14</b> - обобщает результаты исследования;</p> <p><b>ОК 15</b> - синтезирует новое знание и презентовать его в виде гуманитарной общественно значимой продукции;</p> <p><b>ОК 16</b> - ступает в коммуникацию в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках для решения задач межличностного, межкультурного и производственного (профессионального) общения;</p> <p><b>ОК 17</b> - осуществляет использование языковых и речевых средств на основе системы грамматического знания; анализировать информацию в соответствии с ситуацией общения;</p> <p><b>ОК 18</b> - оценивает действия и поступки участников коммуникации.</p> <p><b>ОК 19</b> - использует в личной деятельности различные виды информационно-коммуникационных технологий: интернет-ресурсы, облачные и мобильные сервисы по поиску, хранению, обработке, защите и распространению информации, искусственный интеллект;</p> <p><b>ОК 20</b> - 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;</p> <p><b>ОК 21</b> - 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;</p> <p><b>ОК 22</b> - применяет освоенные знания для эффективной социализации и адаптации в изменяющихся социокультурных условиях;</p> <p><b>ОК 23</b> - владеет навыками количественного и качественного анализа социальных явлений, процессов и проблем.</p>
Ключевые компетенции (КК)	<p>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:</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>
Специальные компетенции (СК)	<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>
Присуждаемая степень	Бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»
<b>Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»</b>	
Результаты обучения по образовательной программе 6В0418 «Маркетинг и PR-менеджмент»	<p><b>РО1.</b> Демонстрирует сформированные знания и понимание в области экономики, финансовой грамотности, предпринимательства, устойчивого развития, экологии и безопасности жизнедеятельности, применяет правовые основы в различных сферах деятельности и проявляет устойчивую антикоррупционную позицию.</p> <p><b>РО2.</b> Анализировать и давать 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, а также применять количественные методы для оценки бизнес-процессов.</p> <p><b>РО3.</b> Способен эффективно решать типовые задачи профессиональной деятельности, опираясь на информационную и библиографическую культуру, с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, включая инструменты искусственного интеллекта, и с соблюдением принципов информационной безопасности.</p> <p><b>РО4.</b> 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, разрабатывать маркетинговые мероприятия для некоммерческих организаций.</p> <p><b>РО5.</b> Применять системный подход 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</p>

перемещения товара и доведения его до потребителя, создания качественного товара, управления компанией в целом и выработки грамотных управленческих решений.

**РО6.** 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.

**РО7.** Понимать значение принципов и культуры академической честности при подготовке и написании курсовых и дипломных работ, отчетов по практике, статей и исследований

**РО8.** 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.

**РО9.** Выбирать способ выражения, планировать речевое поведение и сообщать информацию, идеи, проблемы и решения ситуаций каждого дня 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.

**РО10.** 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.

**РО11.** 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.

<b>Формы подведения итогов реализации</b>	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)	ОК/ВК/КВ	Количество кредитов	
<b>1. Общие модули</b>										
общеобразовательный	<p>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: истории развития человеческого общества в Казахстане как составной части мирового исторического процесса, динамику развития отечественной истории (движущие силы, механизмы, тенденции, закономерности исторического развития), общий ход истории (структура истории, ее динамика), традиции и культуру народов Казахстана; историю философии, основные этапы и причинно-следственные связи развития философии; современные тенденции развития философии, функции и социальную роль религии в обществе.</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: устанавливать причинно-следственные связи в истории Казахстана, осмысливать исторические события и явления на основе сравнительного анализа, творчески применять исторические знания на практике; устанавливать причинно-следственные связи в развитии философии; применять в профессиональной деятельности основные законы философии, определять мировоззренческие вопросы в контексте конкретной культуры; вовремя и активно реагировать на антикоррупционные мероприятия.</p> <p>- осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений с помощью знаний и понимания дисциплин модуля; о ведении здорового образа жизни с помощью овладения системой знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих физическое совершенствование, укрепление здоровья, подготовку к высокой творческой и профессиональной активности;</p> <p>- сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам путем установления контакта, поддержание разговора, навыков синхронного общения, умения договариваться и настаивать на своих законных правах; о</p>	23	2	IK1101	История Казахстана	ООД	ОК	5	2гос	OK1 OK2 OK5 OK7
			1	OEPFG 1113	Основы экономики, предпринимательства и финансовой грамотности	ООД	КВ	5	экз	
			1	OPAK 1113	Основы права и антикоррупционной культуры	ООД	КВ	5	экз	
			1	EURBZh 1115	Экология, устойчивое развитие 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>взаимодействии игроков в команде, поддержания разговора, навыков синхронного общения и ведения диалога;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: управление временем; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций; умение работать в группе, особенно без преподавателя; умение вести записи, выполнять письменные работы и готовиться к экзаменам, эффективное использование знаний, умений и навыков в жизни.</li> <li>- знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области; эффективное использование текстовых и иных материалов (особенно телепередач); умение работать в режиме телеконференций;</li> <li>- применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области; умение вести дневник самоконтроля, выполнять домашние задания, а также готовиться к сдаче обязательных заданий по общеобразовательным дисциплинам;</li> <li>- 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.</li> </ul>		1	OMI1116	Общенаучные методы исследований	ООД	КВ	5	экз	
Модуль социально-политических знаний	<p>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: разбираться в природе ситуаций в различных сферах социальной коммуникации на основе содержания теорий и идей научных сфер изучаемых дисциплин; стратегий разных типов исследований общества и обосновывать выбор методологии для анализа конкретных проблем;</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: оценивать конкретную ситуацию отношений в обществе с позиций той или иной науки социально-гуманитарного типа, проектировать перспективы её развития с учетом возможных рисков;</p> <p>- разрабатывать программы решения конфликтных ситуаций в обществе, в том числе и профессиональном соццуме.</p> <p>- осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений объяснять и интерпретировать предметное знание (понятия, идеи, теории) во всех областях наук, формирующих учебные дисциплины модуля (социологии, политологии, культурологии, психологии);</p> <p>- объяснять социально-этические ценности общества как продукт интеграционных процессов в</p>	8	1	Pol1109	Политология	ООД	ОК	2	экз	OK2
			2	Kul1110	Культурология	ООД	ОК	2	экз	OK3
			2	Psi1111	Психология	ООД	ОК	2	экз	OK4
			1	Soc 1108	Социология	ООД	ОК	2	экз	OK5

	<p>системах базового знания дисциплин социально-политического модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <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;</li> <li>- <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.</li> <li>- <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.</li> <li>- <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области</i> психологических, социально-политических и культурологических знаний.</li> <li>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, а также эссе</li> </ul>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Модули образовательной программы										
Теория маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <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.</li> <li>- <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.</li> <li>- <i>осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> связывая основную организационно - методическую и нормативно-техническую документацию организации и принципы работы с ней; основы анализа и идентификации маркетинговой деятельности организации;</li> </ul>	19	7	МАА 4313	Маркетинговый анализ и аудит	ПД	КВ	6	экз	ОК5 ОК7 КК2 КК6 КК7 СК3 СК5
			4	Мар 2206	Маркетинг					

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

	<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>		4	ESE 2233	Экономическая статистика и эконометрика	БД	К	5	Экз	
			3	EMM2234	Экономико-математическое моделирование					
			5	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	5	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><b>Проектный</b></p> <p>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: конечную цель логистической деятельности, которая достигается в результате выполнения «шести правил логистики»; функциональную взаимосвязь логистики с маркетингом, финансами и планированием производства.</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: при прохождении преддипломной практики в вопросах, связанных с современными достижениями науки в области маркетинга; эволюцией концепций маркетинга; отличия маркетинговой ориентации предприятия от производственно – сбытовой политики предприятия, в методике проведения анализа основных технико-экономических показателей, отраженных в годовых отчетах деятельности предприятия; исследование их динамики; выявление тенденций и перспектив развития предприятия.</p> <p>- осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений определять место предприятия в региональном разделении труда, его роли в развитии региона, выявлять тенденции и перспективу развития предприятия, анализировать выполнение плана основных показателей деятельности предприятия; проводить анализ управления предприятием, его организационно-управленческой и 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>- сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: историю предприятия, перспективы его развития, организационную структуру; характеристику предприятия по организационно-правовой форме, виду собственности, типу и объему производства, отраслевой специализации, мощности, численности персонала, маркетинговую деятельность предприятия, организацию службы маркетинга, основные цели и задачи, решаемые службой маркетинга; теоретические основы и концепции маркетинга.</p> <p>- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: исследования данных предприятия по уровню качества выпускаемой продукции, спросу на продукцию, а также конкурентоспособности выпускаемой предприятием продукции, по разработке комплекса маркетинга применительно к конкретному товару или услуге предприятия, формирования и использования трудового потенциала предприятия;</p>	32	6	B2BM	B2B Маркетинг	БД	ВК	5	экз	<p>OK5 OK6 KK1 KK2 KK4 KK6 KK7 KK8 СК1 СК2 СК3 СК7 СК9</p>
	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	6	экз		
	6	PM 3314	Проектный маркетинг	ПД	КВ	5	экз		
	6	Log 3317	Логистика	ПД	КВ	6	экз		
	6	UIP3318	Управление интернет-проектами	ПД	КВ	6	экз		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля при организации логистических процессов в рамках управления проектами и рисками компании и продуктами.</li> <li>- 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.</li> <li>- понимать значение принципов и культуры академической честности при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, дипломной работы и отчетов по практике, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</li> </ul>									
Рекламный	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: при прохождении производственной практики 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.</li> <li>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: исходя из маркетинговой ситуации, выбрать адекватное средство распространения рекламы; адекватный носитель рекламы; в проведении рекламных исследований и применения</li> </ul>	30	4	PP 2214	Производственная практика	БД	ВК	2	отчет	OK3 OK5 OK7 KK1 KK2 KK3 KK5 KK6 KK7 CK2 CK3
		3	IP 1215	Искусство презентации	БД	КВ	3	экз		
		3	RSMI 1216	Работа со СМИ	БД	КВ	3	экз		
		5	RPG 3227	Реклама и печатная графика	БД	КВ	6	экз		
		7	Kop 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять <i>сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> 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;</li> <li>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам</i>: оценки рисковых ситуаций и формирования своевременных программ проведения антирисковых мероприятий; проведения маркетинговых исследований деятельности предприятия; подготовки, составления и контроля различных видов документации; навыками выделения «узких мест» в системе сбыта;</li> <li>- <i>навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области</i>: при прохождении производственной практики в умении использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга.</li> <li>- <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля</i> для качественного написания отчета по практике, а также для приобретения навыков технологии активных продаж, копирайтинга и подготовки качественных выступлений.</li> <li>- <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области</i> для грамотной презентации продуктов, продаж и услуг, а также при написании отчетов по практике.</li> <li>- <i>понимать значение принципов и культуры академической честности</i> при выполнении практических заданий, написания научных исследований и аналитических записок, отчетов по практике, а также эссе и других письменных работ по изучаемым дисциплинам модуля.</li> </ul>									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	MKCS 4318	Маркетинговые коммуникации в цифровой среде	ПД	КВ	6	экз.	ОК5 ОК6 КК3 КК5 КК7 СК2 СК4
			5	CSI 2218	Ценообразование в сети Интернет	БД	КВ	6	экз	

	<p>рекламной кампании в Интернете, в использовании инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта.</p> <p>- осуществлять <i>сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i>: с помощью знаний и понимания дисциплин модуля; базовой электронной коммерции; коммерческой этики в электронной и виртуальной среде;</p> <p>- <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам</i>: с помощью установления контакта, поддержания разговора, навыков синхронного общения, умения договариваться и настаивать на своих законных правах.</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).</p> <p>- знать <i>методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин</i> модуля при изучении информационно-коммуникационных технологий и компьютеризации учета и управления.</p> <p>- применять <i>знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области</i> компьютеризации и автоматизации учета, информационно-коммуникационным технологиям в том числе на иностранном языке.</p> <p>- понимать <i>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>	5	DM 3223	Digital-маркетинг	БД	КВ	6	экз	СК7 СК10 СК12	
		6	EBMR 3227	Электронный бизнес на международном рынке	БД	КВ	5	экз		
		8	PP 4303	Производственная практика	ПД	ВК	12	отч		
Имиджевый	<p>- демонстрировать <i>знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области</i>: классификацию торговых марок\брендов; модели брендов; процесс разработки</p>	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> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: осуществлять выбор форм и методов имиджелогии для построения образа в рекламе; управлять корпоративным имиджем; применять технологии и инструментарий имиджелогии для решения практических задач.</li> <li>- осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений в совокупности с основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, ее использования при анализе создания идеального образа.</li> <li>- сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: определять классификационную принадлежность бренда; разрабатывать модель бренда; разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда.</li> <li>- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: практического формирования, управления и продвижения брендом; разработки фирменного стиля предприятия на рынке товаров и услуг, владения методологией инструментов маркетингового управления.</li> <li>- знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля для демонстрации качественного бренда, становления узнаваемости продукта и услуги и самой компании в целом.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul>								СК11
--	---	--	--	--	--	--	--	--	------

<b>Социальный</b>	<p>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: сущность и содержание основных понятий и категорий социального маркетинга; методологические основы социального маркетинга; методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной консалтинговой и аналитической деятельности в сфере социального маркетинга; социальное значение маркетинговой деятельности в коммерческой и некоммерческой области; основные концепции организации общественных связей за рубежом и в РК, основные тенденции мирового PR-менеджмента.</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: анализировать широкий круг проблем социального маркетинга, экономических и социально-психологических аспектов маркетинговой деятельности; выступать в роли эксперта, аналитика и консультанта в сферах социального маркетинга; планировать социально-значимые проекты и осуществлять проектирование работ в области изучения общественного мнения: организовывать работу маркетинговой службы.</p> <p>- осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений при применении методов маркетингового планирования социальных проектов и кампаний; формировании коммуникационной политики при проведении социальных проектов и кампаний; разработке методов привлечения целевой аудитории к участию в деятельности некоммерческой</p>	<b>24</b>	5	PRM 2217	PR-менеджмент	БД	КВ	6	экз	OK5 OK6 KK4 KK5 KK6 CK8 CK10 CK11 CK12
	6	PPCJM 3219	Поведение потребителей и СЖМ	БД	КВ	5	экз			
	7	Kon 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам: использовать категориальный аппарат в анализе конфликтных ситуаций; применять технологии регулирования конфликтов, уметь выявлять новые рыночные возможности по развитию взаимоотношений с клиентами, развитию новых типов продуктов</li> <li>- навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области: продвижения социально значимых проблем; изучения корпоративной культуры, фандрайзинга, позиционирования организации; приемами построения эффективной коммуникации с целевой аудиторией; владеть принципами и методологией объективного анализа конфликтов.</li> <li>- знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области в рамках исследуемых дисциплин модуля для качественного управления конфликтами и другими социальными процессами в коллективе, а также для продвижения продуктов и самопиара для узнаваемости и социальной значимости бренда.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul>			MNO 4222	Маркетинг некоммерческих организаций					экз	
--	---	--	--	----------	--------------------------------------	--	--	--	--	-----	--

3. Дополнительные модули											OK1 OK5 КК5 КК7 СК3 СК7
Коммуникативный	<p>- демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области: знать грамматику, орографию, лексику и фразеологию изучаемого языка; понимать состояние и перспективы развития аппаратурного и программного обеспечения, включая решения на основе искусственного интеллекта; владеть основами алгоритмизации задач и построения эффективных алгоритмов с применением ИИ в лингвистической и междисциплинарной практике.</p> <p>- применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области: использовать современные цифровые и ИИ-инструменты для расширения языковой практики в различных сферах общения; грамотно применять языковые средства в устной и письменной речи; создавать диалоги, монологи, полилоги и профессиональные коммуникационные сценарии с использованием</p>	<p>41</p>	1	K(R) Ya 1103	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз.		
			5	EDO 3235	Этика делового общения	БД	КВ	5	экз		
			6	PP3302	Производственная практика	ПД	ВК	2	отч		

	технологий искусственного интеллекта, в том числе генеративных моделей.; - осуществлять <i>сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</i> : формировать осмысленные выводы на основе анализа данных, включая данные, полученные с помощью систем ИИ; использовать ИИ-платформы и прикладные программные пакеты в обработке информации; программировать и интерпретировать результаты на современных языках программирования с применением ИИ-инструментов. - <i>сообщать информацию, идеи, проблемы и решения, как специалистам, так и неспециалистам</i> : 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>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. - <i>знать методы научных исследований и академического письма и применять их в изучаемой области</i> , в том числе на государственном и иностранном языках, с учетом применения экономических принципов при разработке и реализации инвестиционных проектов. - <i>применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в изучаемой области</i> ; на иностранном языке с учетом основных законов разговорного языка и письма на научные темы. - <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.		1	ИКТ 1107	Информационно коммуникационные технологии на английском языке	ООД	ОК	5	экз		
			2	K(R) Ya 1104	Казахский (русский) язык	ООД	ОК	5	экз		
			2	ОП 1203	Основы искусственного интеллекта	БД	ВК	3	экз		
			1	Iya 1105	Иностранный язык	ООД	ОК	5	экз		
			2	Iya 1106	Иностранный язык	ООД	ОК	5	экз		
			3	РОИYa 2201	Профессионально-ориентированный иностранный язык	БД	ВК	5	экз		
			3	PK(R)Ya 2202	Профессиональный казахский (русский) язык	БД	ВК	3	экз		
	<b>Итого за весь курс обучения</b>		<b>240</b>								

**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
<b>Общие компетенции</b>				
1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	OK1 OK 3 OK 4 OK 5	PO1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 1.4 K 1.5 K 1.6 K 2.4 K 2.5 K 2.6
2. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	OK 8 OK 9 OK 10 OK 11 OK 12 OK 13 OK 14	PO 2 PO 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.7 K 1.8 K 1.9 K 1.10 K 2.1 K 2.2 K 2.3 K 3.2 K 4.1 K 4.3 K 5.1 K 6.2 K 8.2
3. Осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений	OK 3 OK 13 OK 14	PO 4 PO 5	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.10 K 2.10 K 3.1 K 3.3 K 3.4 K 3.8 K 4.5 K 6.5 K 7.3 K 8.11

4. Применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач	OK 12 OK 22	PO 3 PO 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 2.7 K 2.8 K 2.9 K 3.6 K 4.2 K 4.6 K 6.8 K 8.8 K 8.9
5. Навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:	OK 11 OK 19 OK 20	PO 3 PO 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.10 K 2.4 K 2.7 K 3.7 K 4.3 K 4.9 K 5.1 K 5.2 K 5.3 K 5.4 K 5.5 K 6.6 K 7.3 K 8.3 K 8.7
6. Знать методы научных исследований и академического письма	OK 8 OK 21 OK 23	PO 9 PO 11	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 3.6 K 5.7 K 6.2 K 6.4 K 6.7 K 6.9 K 6.10 K 6.11 K 6.12 K 8.10 K 9.3

7. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	OK 23	PO 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.5 K 5.5 K 7.1 K 7.2 K 7.3 K 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	OK 9 OK 10 OK 17	PO 9 PO 10 PO 11	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 5.4 K 6.6 K 6.9 K 6.11 K 7.2
<b>Ключевые компетенции</b>				
1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	KK 1 KK 2	PO 1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 1.4 K 1.5 K 1.6 K 2.4 K 2.5 K 2.6 K 9.1
2. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	KK 3 KK 4 KK 6	PO 2 PO 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	K 1.7 K 1.8 K 1.9 K 1.10 K 2.1 K 2.2 K 2.3 K 3.2 K 4.1 K 4.3 K 5.1 K 6.2 K 8.2 K 8.6

<p>3. Осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений</p>	<p>KK 4 KK 6 KK 7</p>	<p>PO 2 PO 4</p>	<p>Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению</p>	<p>K 1.10 K 2.10 K 3.1 K 3.3 K 3.4 K 3.8 K 4.5 K 6.5 K 7.3 K 8.11</p>
<p>4. Применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач</p>	<p>KK 5 KK 8</p>	<p>PO 3</p>	<p>Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению</p>	<p>K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 2.7 K 2.8 K 2.9 K 3.6 K 4.2 K 4.6 K 6.8 K 8.8 K 8.9 K 8.5</p>
<p>5. Навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в изучаемой области:</p>	<p>KK 1 KK 6 KK 7</p>	<p>PO 3</p>	<p>Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению</p>	<p>K 1.10 K 2.4 K 2.7 K 3.7 K 4.3 K 4.4 K 4.9 K 4.10 K 5.1 K 5.2 K 5.3 K 5.4 K 5.5 K 6.6 K 7.3 K 8.3 K 8.7</p>

6. Знать методы научных исследований и академического письма	KK 5 KK 7	PO 9	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	K 3.6 K 5.7 K 6.2 K 6.4 K 6.7 K 6.9 K 6.10 K 6.11 K 6.12 K 8.10
7. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	KK 8	PO 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.5 K 5.5 K 7.1 K 7.2 K 7.3 K 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	KK 1 KK 5 KK 8	PO 9 PO 10 PO 11	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 5.4 K 6.6 K 6.9 K 6.11 K 7.2

#### Специальные компетенции

1. Демонстрировать знания и понимание в изучаемой области, основанные на передовых знаниях этой области	CK 1 CK 2 CK 3	PO 1	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 1.4 K 1.5 K 1.6 K 2.4 K 2.5 K 2.6 K 9.1
2. Применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы изучаемой области	CK 5 CK 7 CK 8	PO 2 PO 3	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	K 1.7 K 1.8 K 1.9 K 1.10 K 2.1 K 2.2 K 2.3 K 3.2 K 4.1 K 4.3

				K 5.1 K 6.2 K 8.2 K 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	K 1.10 K 2.10 K 3.1 K 3.3 K 3.4 K 3.8 K 4.5 K 6.5 K 7.3 K 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	K 1.1 K 1.2 K 1.3 K 2.7 K 2.8 K 2.9 K 3.6 K 4.2 K 4.6 K 4.10 K 6.8 K 8.1 K 8.8 K 8.9 K 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	K 1.10 K 2.4 K 2.7 K 3.7 K 4.3 K 4.9 K 5.1 K 5.2 K 5.3 K 5.4 K 5.5 K 6.6 K 7.3 K 8.1

				K 8.3 K 8.7
6.Знать методы научных исследований и академического письма	СК 4 СК 12	ПО 9	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению	K 3.6 K 5.7 K 6.2 K 6.4 K 6.7 K 6.9 K 6.10 K 6.11 K 6.12 K 8.10 K 9.3
7. Применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними	СК 8 СК 9 СК 10 СК 11	ПО 10	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 1.5 K 5.5 K 7.1 K 7.2 K 7.3 K 7.4
8. Понимать значение принципов и культуры академической честности	СК 1 СК 6	ПО 9 ПО 10 ПО 11	Рекомендуемые методы оценивания находятся в Приложении по разработке и утверждению ОП	K 5.4 K 6.6 K 6.9 K 6.11 K 7.2 K 9.4 K 9.5 K 9.6 K 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 кредито в	Формируемые результаты обучения (коды)											
				Р01	Р02	Р03	Р04	Р05	Р06	Р07	Р08	Р0 9	Р0 10	Р0 11	
<b>Цикл общеобразовательных дисциплин</b> <b>Вузовский компонент/Компонент по выбору</b>															
1	Құқық және сыйбайлар жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері Основы права и антикоррупционной культуры Basics of Law and Anti-Corruption Culture	Данная дисциплина посвящена изучению понятия, источников, субъектов, методов права. Даётся 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	Экономика, кәсіпкерлік және қаржылық сауаттылық негіздері Основы экономики, предпринимательства и финансовой грамотности Fundamentals of Economics, Entrepreneurship and Financial literacy	Дисциплина формирует всестороннее понимание принципов и концепций экономики, предпринимательства и финансовой грамотности. Она охватывает основные теории, инструменты и структуры, которые лежат в основе функционирования рынков, бизнеса и экономики, а также управления личными финансами. Цель дисциплины - помочь обучающимся понять фундаментальные принципы экономики и предпринимательства, вопросы управления личными финансами, включая составление бюджета, стратегию сбережений, инвестиции, кредитование и страхование. Это дает им прочную основу для продолжения карьеры в		V				V	V						

		бизнесе, финансах, экономике и других смежных областях, они получают практические навыки по расчету доходов и расходов, формированию финансовой подушки безопасности, а также понимание налоговой системы и основ защиты от финансовых рисков, а также помогает развивать навыки критического мышления, навыки решения проблем и аналитические способности, которые необходимы для успеха в любой области.										
3	Экология, тұрақты даму және тіршілік қауіпсіздігі Экология, устойчивое развитие и безопасность жизнедеятельности Ecology, sustainable development and life safety	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов комплексных знаний и умений в области экологии, принципов устойчивого развития и обеспечения безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях в контексте целей устойчивого развития. Дисциплина охватывает вопросы взаимодействия человека и окружающей среды, устойчивого природопользования, а также современных экологических проблем и методов их предотвращения. Особое внимание уделяется вопросам экологического воспитания и формирования экологической культуры у подрастающего поколения, мерам защиты здоровья и безопасности детей в условиях образовательных учреждений и в чрезвычайных ситуациях, а также обеспечению санитарно-гигиенических условий и рациональному использованию ресурсов.	V	V			V		V			

4	Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері Общенаучные методы исследований General Methods of Research	Формирует у обучающихся навыки научно-исследовательской деятельности, приобщает обучающихся к научным знаниям, готовности и способности их к проведению научно-исследовательских работ. 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.							V	V	V	V	V	V
---	--	---	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---	---

**Базовые дисциплины**  
**Вузовский компонент/Компонент по выбору**

5	Кәсіби бағдарланған шет тілі Профессионально-ориентированный иностранный язык English for Specific Purposes	Дисциплина осуществляет профессионально-ориентированное обучение обучающихся в разрезе из будущей профессии. Представляет собой реализацию принципа профессиональной направленности обучения, формирования у обучающихся коммуникативной компетенции для их будущей специальности, необходимой для адекватной профессиональной деятельности на английском языке.	3						V	V	V	V		
6	Кәсіби қазақ (орыс) тілі Профессиональный казахский (русский) язык Professional Kazakh (Russian) Language	Дисциплина осуществляет профессионально-ориентированное обучение обучающихся казахскому языку в разрезе их образовательной программы. Обучение обучающихся профессиональному казахскому языку представляет собой реализацию принципа	3	V		V			V	V		V		

		профессиональной направленности обучения, формирования у обучающихся двуязычной коммуникативной компетенции, активного вокабуляра и основ говорения для их будущей специальности, необходимой для профессиональной деятельности, в том числе педагогической, на казахском языке.											
7	Жасанды интеллект негіздері/Основы искусственного интеллекта /The basics of artificial intelligence	Дисциплина формирует и закрепляет базовые знания и навыки в области искусственного интеллекта (ИИ) и его применения в различных сферах. В процессе изучения студенты познакомятся с основными концепциями и методами ИИ, включая машинное обучение, нейронные сети, обработку естественного языка. Студенты смогут применять различные инструменты и программное обеспечение для работы с ИИ, разрабатывать простейшие модели, а также получат возможность опробовать современные онлайн-платформы, реализующие технологии искусственного интеллекта.	5		V		V	V		V			
8	Фылыми 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. Способствует углублению и закреплению обучающимися имеющихся теоретических знаний изучаемых дисциплин и отраслей науки, а также развивает практические умения	4					V	V	V	V	V	

		обучающихся в проведении научных исследований, анализе полученных результатов и выработке рекомендаций по совершенствованию того или иного вида деятельности.												
9	Экономика ілімдері Экономическая теория Theory of Economics	Изучает проблему выбора в условиях ограниченности ресурсов для 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.	4	V		V			V	V				V
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.	5				V		V	V				
11	Менеджмент Management	Дисциплина охватывает принципы и практику эффективного управления ресурсами для достижения целей организации. Цель дисциплины - дать обучающимся всестороннее понимание различных функций менеджмента, таких как	5		V		V			V		V		

		планирование, организация, руководство и контроль. По окончании обучения обучающиеся приобретут необходимые навыки для управления людьми, проектами и процессами, что сделает их цennыми в различных областях, таких как управление бизнесом, администрирование и лидерство.											
12	Қогаммен 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.	4						V	V	V		
13	Бухгалтерлік есеп Бухгалтерский учет Accounting	Формирует у обучающихся знания законодательного и нормативного регулирования бухгалтерского учета, усвоение основных правил и приемов ведения учета, получение умений идентифицировать, оценивать, классифицировать и систематизировать хозяйствственные операции и овладение студентами	5		V	V			V				

		необходимым и достаточным уровнем профессиональной компетенции для решения задач в организационно-управленческой деятельности.											
14	Бизнесті ұымдастыру және кәсіпкерлік Организация бизнеса и предпринимательство Business Organization and Entrepreneurship	Формирует системные знания об основах организации предпринимательской деятельности, вырабатывает организационно-управленческие умения в ведении предпринимательской деятельности, формирует знания об ответственности субъектов предпринимательской деятельности. Также способствует формированию профессиональных компетенций бакалавра, направленных на решение профессиональных задач, связанных с проведением анализа, описания и истолкования социально-экономических процессов в образовательной системе.	5				V	V		V			
15	Қаржы Финансы Finances	Позволяет обучающимся 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 в воспроизводственном процессе.	5		V	V		V					
16	Белсенді сатылымдар технологиясы Технология активных продаж Active Sales Technology	Данная дисциплина комплексно представляет технологии продаж и описывает базовые и специфические методы, инструменты и процедуры, а также	4		V	V	V						

		поддерживающие технологии – инструменты современного менеджмента, связанные с моделями создания и предоставления ценности конечным потребителям и организациям. Технологии продаж, а также их организационно-методическое обеспечение рассматриваются с учетом применения таких современных технологий менеджмента, как бизнес-модели в формировании потоков дохода компании и стратегии создания ценности для клиента.											
17	Оқу практикасы Учебная практика Educational Practice	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 соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника и формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций.	2	V			V		V	V	V	V	V
18	Өндірістік) 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 работы по специальности, сбор необходимой планово-отчетной, учетной, организационно-распорядительной документации и	2				V	V	V	V	V	V	V

		оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа.												
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 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.	3						V	V	V	V		
20	БАҚ-пен жұмыс Работа со СМИ Working with the Media	Дисциплина «Работа со СМИ» ориентирована на теоретические основы деятельности пресс-службы. Целью освоения дисциплины является формирование системного понимания принципов взаимодействия профессионального работника сферы связей с общественностью, с представителями различных медиа и индустрии развлечений, а также освоение первичных навыков самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента.						V	V	V	V	V		V
21	PR-менеджмент PR-менеджмент PR management	Целями освоения дисциплины «PR – менеджмент» являются формирование у обучающихся системных знаний о теории и практике функционирования института паблик рилейшнз,	6						V	V	V			

		принципах, закономерностях, моделях и его роли в социально-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.		V	V	V							
23	Тұтынушылардың мінез-құлқы және СІМ Поведение потребителей и СІМ Consumer Behavior and СІМ	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 мотивации, личностные характеристики, стиль жизни, и другие.	5			V	V	V			V		
24	Мерчандайзинг Merchandising	Курс изучения дисциплины содержит теоретический материал по основным вопросам мерчандайзинга. Дисциплина предназначена для формирования у				V	V	V					

		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.											
25	Элеуметтік желілірдегі маркетинг (SMM) Маркетинг в социальных сетях (SMM) Social Media Marketing (SMM)	Целями освоения дисциплины «Social Media Marketing (SMM)» 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 организации и обеспечения маркетинговой политики средств массовой информации.	5					V	V	V			V
26	Коммерциялық емес маркетинг Маркетинг некоммерческих организаций Marketing of 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.					V	V	V	V			V

		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 маркетинговой-управленческих решений.											
27	Digital-маркетинг Digital-маркетинг Digital-Marketing	Дисциплина рассматривает основные понятия и термины, характеризующие различные виды Digital маркетинга, принципы и механизмы функционирования маркетинговых систем в виртуальных сетях, изучает теоретические основы современного Digital маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов, современные инструменты маркетинга для реализации кратко-, средне - и долгосрочных маркетинговых задач организации, а также для организации работ и выстраивания работы с поставщиками услуг рекламы.	6					V		V	V		
28	Жарнама және баспалық графика Реклама и печатная графика Advertising and printed graphics	Задачи изучения дисциплины: – ознакомление с принятыми в мировой практике нормами и правилами рекламной деятельности в сфере туризма и гостеприимства, – определение целей, задач рекламной работы в туризме и гостеприимстве, – изучение функций, видов, средств рекламы, а также форм рекламного обращения, – анализ планирования, организации, управления и финансирования						V	V	V			

		рекламной деятельности предприятий, – изучение методов оценки эффективности рекламных мероприятий. Программа курса позволит студентам глубже понять сущность рекламной деятельности в сфере туризма и гостеприимства, развить профессиональные навыки и, используя полученные знания, находить оригинальные эффективные решения в сфере рекламы.											
29	Event-менеджмент Event-менеджмент Event - management	Event -менеджмент (событийный менеджмент) - это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Пройдя обучение в рамках этой подпрограммы , учащийся получит большой пласт теоретических знаний и практических навыков в сфере Event -менеджмента, а, значит, будет обладать основными принципами организации, планирования, управления, которые могут пригодиться в дальнейшем практически в любой сфере деятельности.	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							V	V	V		

		технологий событийного маркетинга на практике с целью повышения эффективности маркетинговых коммуникаций и 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.	5		V	V		V					
32	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 деятельности на B2B рынке, формирование навыков работы в B2B сфере, прогнозирование изменения окружающей среды и деятельности компаний, а также расчета эффекта от проводимых маркетинговых мероприятий.			V	V		V	V	V			

33	Жобалармен басқару және ритейл Управление проектами и ритейл Project Management and retail	Сущность и определения проектного менеджмента; проектная среда; участники проекта; процесс планирования; управления рисками; иерархическая структура работ; обеспечение баланса проекта; формирование высокоэффективной команды проекта; коммуникации в проектном менеджменте; управление проектами предприятия.	5		V	V		V	V	V	V			
34	Талантты басқару Управление талантами Talent Management	Изучение данной дисциплины предполагает знакомство со спецификой работы с «талантами» предприятия, использование современных подходов в работе с персоналом организации, в частности, с «талантами» предприятия, в условиях реальной бизнес-среды, навыками профессионального мышления, необходимыми для создания условий, обеспечивающих реализацию потенциала талантливых сотрудников, методами привлечения, оценки, обучения, удержания и увольнения талантливых сотрудников, позволяет комплексно взглянуть на стратегию поиска и развития талантов внутри организации, «возвращение» лидеров, управление потенциалом сотрудников, коучинг и наставничество, инвестирование в человеческий капитал.			V	V		V	V	V	V			
35	Копирайтинг Копирайтинг Copywriting	В результате изучения дисциплины «Копирайтинг» обучающиеся будут обладать теоретическими знаниями и профессиональными компетенциями, связанными с	6					V	V	V	V			

		решением комплексных задач по разработке содержания рекламных текстов, сообщений, слоганов, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Полученные знания позволяют формировать стратегии создания и размещения контента, создавать нужный, полезный и конкурентоспособный товар с учетом потребностей покупателя, а также владеть навыками публичной презентации результатов профессиональной деятельности.											
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 эконометрика Экономическая статистика и эконометрика Economic Statistics and Econometrics	Дисциплина экономической статистики 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	5		V	V	V		V				

		экономической политики и составления обоснованных прогнозов относительно экономических результатов.												
38	Экономика-математикалық модельдеу Экономико-математическое моделирование Economical and Mathematical Modeling	Изучает экономико-математические методы, модели и способы эффективного применения современных экономико-математических методов и моделей для математического моделирования экономических систем и процессов, выполнения экономического анализа, поиска оптимального или допустимого решения поставленной задачи. Рассматривает экономико-математические модели, их анализ и использование для принятия управленческих решений, а также применение данных методов при разработке и анализе проектов.		V	V	V	V	V						
39	Іскерлік қарым-қатынас этикасы Этика делового общения Ethics of business communication	«Этика делового общения» является дисциплиной, которая раскрывает основные понятия речевого воздействия, показывает методы и приемы нейтрализации манипулятивного влияния. Цель дисциплины состоит в формировании культуры межличностного взаимодействия в сфере деловых отношений, развитии умений и навыков самостоятельной организации процесса деловых переговоров, активизации творческого подхода в установлении деловых отношений.	5					V	V	V	V	V		
40	Бизнес деректерін талдаудың сандық әдістері Количественные методы анализа бизнес-данных Quantitative methods of business data analysis	Изучение данной дисциплины позволяет получить навыки собирать и обрабатывать любые данные, строить на базе наблюдаемых данных системы показателей, описывающие социально-экономические		V	V	V	V	V	V					

		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 позволяют оценивать неопределенность, присущую всем видам человеческой деятельности, что способствует выработке мер по снижению ущерба, вызванного реализацией событий, суть которых риски.											
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Профилирующие дисциплины**

**Вузовский компонент/Компонент по выбору**

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	Өндірістік практика 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 работы по специальности, сбор	2		V	V		V	V	V				

		необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа.												
43	Өндірістік практика 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 работы по специальности, сбор необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется дипломная работа	12		V	V		V	V	V	V	V		
44	Диплом алдындағы практика Преддипломная практика Pregraduation Internship	Преддипломная практика предусматривает сбор материала, необходимого для выполнения дипломной работы в соответствии с избранной темой и планом, согласованным с руководителем выпускной квалификационной работы, а также углубление и закрепление теоретических знаний в соответствии с профессиональными компетенциями.	6					V	V	V	V	V		
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	5	V	V			V						

		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.											
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 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					V	V		V			V
47	Self-брэндинг Self-брэндинг Self-branding	Данный курс изучения дисциплины предполагает создание у обучающихся ключевых компетенций в области маркетинга и формирование системы теоретических представлений и практических навыков, которые могут позволить им полноценно управлять различными направлениями маркетинговой деятельности. Основная цель курса - овладение обучающимися теоретических основ формирования, управления и развития бренда, который способствует повышению	6	V			V			V			

		компетентности специалиста по связям с общественностью в сферах экономического, политического и социального брендинга.											
48	Инновациялық жобалар маркетингі Маркетинг инновационных проектов Marketing innovation projects	Изучение курса должно способствовать развитию современного маркетингового мышления и практических навыков маркетинговой 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.			V	V		V	V				V
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				V	V	V				V	

		управление, научить 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	Сана менеджменті жүйесі Система менеджмента качества Management quality system	Формирует внедрения и разрабатывает на предприятии стандартов для выполнения поставленных задач, касающихся качества продукции. Как и любая другая, данная система определяется целями, структурой, элементами, а также звеньями, которые их связывают. Система менеджмента качества 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	Выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла; получение знаний о системе организации проектов, основах разработки маркетинговой стратегии проектов; освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности; формирование навыков по расчету бюджета проекта и его реализации.			V	V	V				V		
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	6		V	V	V	V	V				

		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.											
54	Интернет-сатулар стратегиясы Стратегия интернет-продаж Internet Sales Strategy	Дисциплина “Стратегия интернет-продаж” изучает основы стратегии интернет-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.						V	V	V			
55	Логистика Логистика Logistics	Изучает сложные динамические производственно-комерческие 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.	6					V	V	V			

56	Интернет-жобаларды басқару Управление интернет-проектами Management of Internet projects	Изучает принципы управления интернет-проектом, формирует навыки расчета затрат, взаимодействия с разработчиками, также принципы построения информационной архитектуры сайта, техническую часть проекта и инструменты статистики и аналитики проекта.					V		V	V	V		V	
57	Өніммен басқару Управление продуктом Product management	Курс изучения дисциплины «Управление продуктом» направлен на изучение ключевых вопросов, связанных с разработкой новых продуктов и запуском их на рынок. В данном курсе основной акцент направлен на овладение обучающимися средств и инструментов, которые посвящены исследованиям потребностей рынка и их анализу, что помогает в обеспечении новых бизнес-возможностей. Целью дисциплины является изучение новых товаров и услуг, жизненно необходимых для фирмы в условиях высоко конкурентного современного глобального рынка.	6		V	V		V	V				V	
58	Цифрлық ортадағы маркетингтік коммуникациялар Маркетинговые коммуникации в цифровой среде Marketing communications in the digital environment	В курсе «Маркетинговые коммуникации в цифровой среде» рассматриваются отраслевые практики и современные исследования интернет – маркетинга, рекламы и поведения потребителя в цифровых средах, в том числе в электронной и мобильной коммерции в мировой и локальной практике. Учебная дисциплина необходима для качественной подготовки менеджеров высшей квалификации в области маркетинга и маркетинговых коммуникаций.						V	V	V			V	

ОДОБРЕНО:

Рассмотрено на заседании УиНМС университета, протокол № 5  
от 25.04.2025 г.

Председатель УиНМС университета байкенов Ж.Е. Байкенов

Директор ДАП Мукажанова А.М. Мукажанова

РАЗРАБОТАНО:

Академическим комитетом (приказ № 29-п от 02.09. 2024 г.)

Рассмотрено на заседании кафедры, протокол № 9 от 15.04.2025 г.

Зав.кафедрой Бордияну И.В. Бордияну