

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТРАНСПОРТНО-ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Председатель Ученого совета
Исмаилов Омаров А.Д.
20 марта 2023 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

6В04109 – Маркетинг

Направление подготовки: 6В041- Бизнес и управление

Уровень подготовки: Бакалавриат

СОГЛАСОВАНО
ТОО «Сервис Извест Групп»
руководитель



Алматы, 2023

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ
на образовательную программу высшего образования
«6В04109 - Маркетинг»

В рецензируемой образовательной программе «6В04109 - Маркетинг» четко и грамотно прописаны цели и задачи, описаны результаты обучения и компетенции, которые достигнет выпускник после обучения, а также представлена компетентностная модель выпускника.

Учебный план отображает циклы дисциплин, общую трудоемкость изучения курсов. Образовательная программа предполагает выборность предметов, которые выстроены логично и последовательно для их изучения. Структура построения дисциплин, предлагаемых к изучению, учитывает образовательные программы ведущих Европейских Вузов, а также международных программ ЕСАР.

В содержании образовательной программы «6В04109 - Маркетинг» представлено описание модулей, также краткое описание дисциплин, количество отводимых кредитов на изучение, а также формируемые компетенции. Матрица соответствия результатов обучения соответствует получаемым ключевым компетенциям ходе изучения дисциплин.

В целом, образовательная программа отражает, что обучающийся в процессе обучения приобретет все те компетенции, которые необходимы ему в будущей профессиональной деятельности. Те результаты обучения, которые заявлены в данной образовательной программе, достижимы и отражают современные требования рынка труда к данной профессии.

Разработанная образовательная программа полностью соответствует требованиям профессиональных стандартов в сфере подготовки кадров высшей квалификации в области бизнеса и управления.

На основе анализа образовательной программы «6В04109 - Маркетинг», можно сделать заключение, что данная образовательная программа раскрывает широкие возможности для подготовки высококвалифицированных специалистов в области маркетинга.

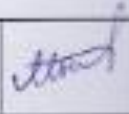




Руководитель
ОО «Сервис Инвест Групп»



Васильковский А.А.

Образовательная программа 6В04109-Маркетинг, направления подготовки 6В041-Бизнес и управление разработана в соответствии с Государственными общеобязательными стандартами высшего и послевузовского образования, утвержденного приказом Министра науки и высшего образования Республики Казахстан от 20 июля 2022 года № 2.

ОП утверждена решением Ученого Совета университета от 30.03.2023 г., протокол № 8.

Ф.И.О.	Учёная степень/учёное звание	Должность	Место работы	Подпись
Председатель академического комитета:				
Мылтыкбаева А.Т.	доктор PhD	зав.кафедрой «Маркетинг и менеджмент»	МТГУ	
Профессорско-преподавательский состав:				
Смагулова Н.Т.	д.э.н.	профессор кафедры «Маркетинг и менеджмент»	МТГУ	
Белгожакылы М.	магистр	ст.преподаватель кафедры «Маркетинг и менеджмент»	МТГУ	
Работодатели:				
Васильковский А.А.		руководитель ТОО «Сервис Инвест Групп»	ТОО «Сервис Инвест Групп»	
Обучающиеся:				
Мырзагали Е.		студент группы МР с/о-20	4 курс	

Содержание

1.	Нормативные ссылки.....	4
2.	Паспорт образовательной программы.....	5
3.	Модель выпускника.....	9
4.	Карта образовательной программы.....	12
5.	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами.....	25
6.	Модульный учебный план.....	27

1. Нормативные ссылки

Образовательная программа разработана на основании следующих нормативно-правовых актов и профессиональных стандартов:

1. Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 года №319-III;
2. Государственные общеобязательные стандарты образования, утвержденные приказом Министра науки и высшего и послевузовского образования Республики Казахстан от 20 июля 2022 года № 2;
3. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения, утвержденные приказом Министра образования и науки РК от 20 апреля 2011 года №152;
4. Типовые правила деятельности организаций высшего и (или) послевузовского образования, утвержденные приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 30 октября 2018 года № 595;
5. Квалификационные требования, предъявляемые к образовательной деятельности организаций, предоставляющих высшее и (или) послевузовское образование, и перечня документов, подтверждающих соответствие им, утвержденным приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 17 июня 2015 года № 391;
6. Классификатор направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием, утвержденный приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 октября 2018 года № 569;
7. Руководство по разработке образовательных программ высшего и после вузовского образования, утвержденное приказом директора Национального центра развития высшего образования МНВО РК от 4 мая 2023 года № 601 н/к;
8. Профессиональный стандарт «Представление рекламы в средствах массовой информации» НПП «Атамекен», от 21.12.2022
9. Профессиональный стандарт «Менеджмент социальных сетей (SMM)», НПП «Атамекен», 26.12.2019
10. Профессиональный стандарт «Бренд работодателя», НПП «Атамекен», 18.12.2019

1. Паспорт образовательной программы

№	Название поля	Примечание
1	Регистрационный номер	6B04100343
2	Код и классификация области образования	6B04 Бизнес, управление и право
3	Код и классификация направлений подготовки	6B041 Бизнес и управление
4	Код и группа образовательных программ	B047 Маркетинг и реклама
5	Наименование ОП	6B04109-Маркетинг
6	Вид ОП	Действующая
7	Цель ОП	Подготовка специалистов в области маркетинга, способных применять маркетинговые инструменты в целях изучения рынка и удовлетворения нужд потребителей, быть конкурентоспособными на рынке труда
8	Уровень по МСКО	6
9	Уровень по НРК	6
10	Уровень по ОРК	6
11	Отличительные особенности ОП	Нет
12	Перечень компетенций	<p><i>Универсальные компетенции (УК) характеризуются тем, что выпускник должен иметь:</i></p> <p>УК1-Способность к формированию системы общих компетенций, обеспечивающих социально-культурное развитие личности и будущего специалиста, на основе выстроенности и сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций;</p> <p>УК2-Способность быть конкурентным на основе владения информационно-коммуникационными технологиями, выстраивания программ коммуникации на трехязычии. Быть способным к развитию информационной грамотности через овладение и использование современных информационно-коммуникационных технологий во всех сферах своей жизни и деятельности;</p> <p>УК3-Способность к эффективной коммуникации в различных условиях общения, решать задачи коммуникации и познания в условиях трехязычья. Способность к межличностному социальному и профессиональному общению на казахском, русском и иностранном языках</p> <p>УК4-Способность владения средствами самостоятельного, методически правильного использования способов физического воспитания, быть ориентированным на здоровый образ жизни, самосовершенствование и профессиональный успех;</p> <p>УК5-Способность формировать навыки саморазвития и</p>

		<p>образования в течение всей жизни;</p> <p>УК6-Способность к формированию личности, готовую к мобильности в современном мире, критическому мышлению и физическому самосовершенствованию.</p> <p>УК7-Демонстрировать гражданскую ответственность лидерство эффективную работу в команде при решении профессиональных задач;</p> <p>УК8-Формулировать и грамотно аргументировать собственную нравственную позицию по отношению к актуальным проблемам современного общества.</p> <p><i>Профессиональные компетенции (ПК):</i></p> <p>ПК1-Способность учиться и приобретать новые знания в области естественнонаучных и социально-гуманитарных дисциплин, применять эти знания и понимание на профессиональном уровне.</p> <p>ПК2-Способность изложения собственной позиции с использованием философских категорий; способствовать формированию у студентов позитивного отношения к проблемам современности.</p> <p>ПК3-Осознавать ценность национальной культуры, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям. Быть толерантным к разным этнокультурам и религиям.</p> <p>ПК4-Способность работать в команде, корректно отстаивать свою точку зрения, предлагать новые решения, разрешать конфликты и вести переговоры, находить компромиссы, соотносить свое мнение с мнением коллектива.</p> <p>ПК5-Знать требования профессиональной этики и готовность поступать в соответствии с этими требованиями; обладать нетерпимостью к отступлениям от правил этического поведения, в том числе в отношении других лиц; обладать гражданской ответственностью и требовательностью к соблюдению правил этического поведения.</p> <p>ПК6-Владеть государственным, русским и иностранным языками, а также одним из иностранных языков как средством коммуникации в рамках сложившейся специализированной терминологии профессионального международного общения. Способность грамотно изъясняться на государственном, русском и иностранном языках.</p> <p>ПК7-Знать основы эконометрики, экономико-математических методов, анализа данных и прогнозирования, статистики для решения экономических задач.</p> <p>ПК8-Знать основные нормативно-правовые документы, регламентирующие сферу профессиональной деятельности, касающиеся бухгалтерского учета и аудита в отраслях экономики РК.</p> <p>ПК9-Уметь использовать основные и специальные методы экономического анализа информации, систематизировать и</p>
--	--	---

		<p>обобщать информацию, готовить обзоры, отчеты по вопросам профессиональной деятельности.</p> <p>ПК10-Обладать основами экономических знаний, имеет научные представления о менеджменте, маркетинге, финансах и т.п. Знать и понимать цели и методы государственного регулирования экономики, роль государственного сектора в экономике.</p> <p>ПК11-Знать основы правовой системы и законодательства Республики Казахстан, соблюдать нормы деловой этики, владеет этическими и правовыми нормами поведения, проявляет нетерпимое отношение к коррупционному поведению.</p> <p>ПК12-Способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> <p>ПК13- Владеет необходимыми навыками профессионального общения на иностранном языке.</p> <p>ПК14-Уметь эффективно выстраивать межличностные и организационные коммуникации; преодолевает организационные и межличностные коммуникационные барьеры, способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации; обладает знаниями об основных нравственных требованиях и способов поддержания моральных стандартов проведения в сфере деловых отношений; этических нормах деловых отношений.</p> <p>ПК15-Уметь принимать экономические и управленческие решения на основе принципов маркетинга.</p> <p><i>Профессионально-специализированные компетенции характеризуются тем, что выпускник должен:</i></p> <p>ПСК1-Знать методологию проведения маркетинговых исследований для сбора, изучения информации для дальнейшего прогноза развития рынка.</p> <p>ПСК2-Знать теоретические и практические аспекты оценки и прогнозирования конкурентной среды предприятия; умение исследования конъюнктуры товарного рынка.</p> <p>ПСК3-Уметь определять перспективы целевого рынка; умение реализовать стратегии маркетинга, обеспечивающих решение поставленных целей и задач на целевом рынке;</p> <p>ПСК4-Иметь навыки проведения маркетингового анализа с использованием новейших программ; владение маркетинговыми технологиями управления и особенностями и их в индустриальном маркетинге, международном маркетинге, маркетинге услуг.</p> <p>ПСК5-Уметь распознавать классификационные группы товаров, анализировать стадии и этапы технологического цикла товаров, товароведения.</p> <p>ПСК6-Уметь определять целевые группы потребителей по существенным признакам потребления и потребительского поведения; применение навыков моделирования поведения потребителя в маркетинге.</p>
--	--	--

		<p>ПСК7-Уметь использовать в маркетинговом планировании технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и бенчмаркетинг и конкурентов.</p> <p>ПСК8-Иметь навыки организации и проведения рекламных и PR акций, профессиональных продаж, использование методов стимулирования, мерчендайзинга.</p> <p>ПСК9-Знать современные направления развития маркетинга и маркетинговой деятельности ведущих компаний, работающих на казахстанском и международных рынках.</p> <p>ПСК10-Иметь знания в области работы с иностранными партнерами в контексте международного маркетинга и осуществления внешнеэкономических операций.</p> <p>ПСК11-Обладать навыками презентации маркетинговых решений, умением обосновывать и аргументировано доказывать маркетинговые изменения в компании; знание современной концепции управления инновационной деятельностью предприятия и системного представления о маркетинге изменений; эффективных технологий инновационного маркетинга.</p>
13	Форма обучения	Очная
14	Язык обучения	Казахский, русский
15	Объем кредитов	240
16	Присуждаемая степень	бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе «6В04109-Маркетинг»
17	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№ KZ07LAA00033540 от 17.02.2023 года
18	Наличие аккредитации ОП	SA-A № 0258/2 от 2 июля 2022 г. Дата переоформления: 3 октября 2022 г.
	Наименование аккредитационного органа	Независимое Агентство по обеспечению качества в образовании (IQAA)
	Срок действия аккредитации	с 18 июня 2022 г. – 17 июня 2027 г.

3. Модель выпускника

№	Название поля	Примечание
1	Наименование образовательной программы	6В04109 - Маркетинг
2	Присуждаемая степень	бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе «6В04109-Маркетинг»
3	Результаты обучения в соответствии с Дублинскими дескрипторами	<p>1) демонстрировать знания и понимание в области бизнеса и управления, основанные на передовых знаниях в области маркетинга;</p> <p>2) применять знания и понимания на профессиональном уровне, формулировать аргументы и решать проблемы области маркетинга;</p> <p>3) осуществлять сбор и интерпретацию информации для формирования суждений с учетом социальных, этических и научных соображений;</p> <p>4) применять теоретические и практические знания для решения учебно-практических и профессиональных задач в области бизнеса и управления;</p> <p>5) навыки обучения, необходимые для самостоятельного продолжения дальнейшего обучения в области бизнеса и управления;</p> <p>6) знать методы научных исследований и академического письма и применять их в области маркетинга;</p> <p>7) применять знания и понимание фактов, явлений, теорий и сложных зависимостей между ними в области маркетинга;</p> <p>8) понимать значение принципов и культуры академической честности.</p>
4	Результаты обучения по образовательной программе	<p>PO1-Уметь организовывать диалог на иностранном языке в объеме, позволяющем свободно общаться с носителями данного языка для профессиональной деятельности .</p> <p>PO2-Знать базовые основы в области естественнонаучных дисциплин, способствующих формированию личности с широким кругозором и культурой мышления.</p> <p>PO3-Знать основы правовых и экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>PO4-Знать основу базовых знаний, адекватно ориентировать в тенденциях рынка и кризисного развития экономики (колебания цен, уровне инфляции и процентных ставок) и использует эти параметры для обеспечения устойчивости соответствующей экономической структуры.</p> <p>PO5-Уметь применять навыки для ориентирования в современных информационных потоках и адаптироваться к динамично меняющимся явлениям и процессам в сфере маркетинга, применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования, составлять комплексный план проведения маркетингового исследования.</p>

	<p>PO6-Интерпретировать нормативно-правовую базу Республики Казахстан на профессиональном уровне.</p> <p>PO7-Знать основу знаний об экономических закономерностях, разрабатывать стратегии и тактики маркетинговой деятельности организаций; уметь определять сильные и слабые стороны, выявлять конкурентные преимущества организации, определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования, уметь проводить исследование восприятия имиджа потенциальными работниками организации, проводить постоянный мониторинг мнений о бренде организации.</p> <p>PO8-Уметь привлекать и использовать источники финансирования по разработке новых видов продукции; определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации, проводить оценку стоимости брендов организации, видеть перспективы развития маркетинговых отношений и перспективы своей профессиональной деятельности, предлагать меры по оптимизации структуры маркетинга на предприятии.</p> <p>PO9-Владеть основными способами и средствами информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации, иметь навыки работы с информационно-коммуникационными технологиями, применять навыки для ориентирования в современных информационных программах и корпоративных информационных системах 1С бухгалтерия, MS Excel.</p> <p>PO10-Владеть маркетинговыми технологиями управления в индустриальном маркетинге, международном маркетинге, маркетинге услуг, уметь использовать в маркетинговом планировании технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов, бенчмаркетинга и конкурентных преимуществ, уметь планировать мероприятия и работы по разработке, развитию и продвижению бренда работодателя с учётом стратегических целей и операционной модели бизнеса.</p> <p>PO11-Приобрести навыки организации и проведения рекламных и PR акций, профессиональных продаж, использование методов стимулирования, мерчендайзинга, знание современных направлений развития маркетинга и маркетинговой деятельности ведущих компаний, работающих на казахстанском и международных рынках, использовать наиболее эффективные каналы коммуникации для каждой целевой группы и разработка плана коммуникаций для продвижения бренда работодателя в партнерстве с заинтересованными сторонами.</p> <p>PO12-Определять целевую аудиторию, исследовать интересы и поведение целевой потребителей, определять векторы интересов аудитории, проводить анализ ниши</p>
--	---

		клиента, подбирать площадки с высокой концентрацией целевой аудитории, разрабатывать общую стратегию присутствия компании в социальных сетях, подбирать инструменты, оптимально решающие задачи клиента, разрабатывать программы лояльности для клиентов и предлагать их на страницах социальных сетей, использовать инструменты оптимизации сайта компании.
5	Область профессиональной деятельности	Бизнес и управление
6	Объекты профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - рекламные агентства, занятые продвижением товаров и услуг на внутренний и внешний рынок; - государственные учреждения, предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионные бюро); - производственные и посреднические предприятия; - международные торговые палаты; - торговые дома; - органы государственного управления (министерства, акиматы, их региональные подразделения и структуры); - государственные и частные компании; - имущественные комплексы (предприятия, учреждения, организации) и иные объекты малого, среднего и крупного бизнеса; - научно-исследовательские организации, занимающиеся изучением проблем маркетинга в организациях.
7	Виды профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - специалист по вопросам развития маркетинга в государственных органах, занимающихся вопросами сервисной сферы; - специалист по организации маркетинговой деятельности; - маркетолог объектов инфраструктуры; - консультант консалтинговых компаний профиля индустрии маркетинга, маркетинговых служб.
8	Функции профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - управленческие; - предпринимательские; - коммерческие; - научно-исследовательская деятельность хозяйствующих субъектов.
9	Требования к предшествующему уровню образования	Среднее, среднее техническое и профессиональное, высшее
10	ОП разработана на основании профессионального стандарта отраслевой рамки квалификации:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Профессиональный стандарт «Представление рекламы в средствах массовой информации» НПП «Атамекен», от 21.12.2022 2. Профессиональный стандарт «Менеджмент социальных сетей (SMM)», НПП «Атамекен», 26.12.2019 3. Профессиональный стандарт «Бренд работодателя», НПП «Атамекен», 18.12.2019

4. Карта образовательной программы

Код и наименование модуля	Код и наименование дисциплины	Цикл/компонент	Форма контроля	Семестр	ECTS	Пререквизиты	Постреквизиты	Краткое описание дисциплины
SGD 01 Социально-гуманитарных дисциплин	ИК 1101 История Казахстана	ООД/ ОК	Государственный экзамен	2	5	История Казахстана (школьный курс)	Философия	История Казахстана формирует объективные знания об основных этапах развития истории Казахстана с древнейших времен по настоящее время. Знакомит обучающихся с фундаментальными источниковедческими и историографическими материалами, а также достижениями современной исторической науки Казахстана. Дисциплина определяет роль истории Казахстана в системе гуманитарного знания, выявляет специфику объекта и предмета истории Казахстана для анализа актуальных проблем современного этапа развития. Определяет создание научно-обоснованной концепции истории Казахстана, основанной на целостном и объективном освещении основных этапов этногенеза казахского народа, эволюции форм государственности и цивилизации на территории Великой степи. Образовывает систематизацию знаний об основных событиях современной истории Казахстана.
	Fil 2102 Философия	ООД/ ОК	Экзамен	3	5	История Казахстана	История и философия науки (курс магистратуры)	Философия формирует мышление студентов, оказывает координирующее воздействие на методологию всех научных дисциплин, создавая интеллектуальный алгоритм для постановки и решения профессиональных задач. Дисциплина вырабатывает обобщённую систему взглядов на мир и место в нём человека. Дает студентам знания об общих принципах бытия, познания и сознания, об отношении человека к миру, о всеобщих законах развития природы, общества и мышления Задачами программы являются: освоение обучающимися основ философско-мировоззренческой и методологической культуры в контексте понимания роли философии в модернизации общественного сознания и решении глобальных задач современности; формирование у студентов философской рефлексии, навыков самоанализа и нравственной саморегуляции; развитие научно-исследовательских способностей и формирование интеллектуального и творческого потенциала.
	MSPZ 1106 Модуль социально-политических знаний (Социология, Политология, Культурология, Психология)	ООД/ ОК	Экзамен	1,2	8	История Казахстана (школьный курс)	Философия	Социология изучает общество, комплекс социальных явлений, вытекающих из взаимодействия людей и общностей. Дает рациональное объяснение поведению социальных объектов и определяет механизмы решения социальных проблем. Основными направлениями при изучении дисциплины являются теоретические основы общей социологии, социальная структура общества, социализация человека, девиация и социальный контроль, роль медицины в обществе, социальные изменения в различных сферах общества. Культурология изучает специфику теории отечественной культуры с целью сохранения культурного кода казахской нации. Студентам даются знания об основных

								<p>направлениях традиционной и современной культурологической мысли; основных достижениях в различных областях национальной материальной и духовной культуры, а также тенденциях развития отечественной культуры на современном этапе.</p> <p>Дисциплина дает студентам представление о политической сфере общества, о современных политических институтах, их устройстве и функционировании, о многообразных идейно-политических концепциях и принципах нового политического миропонимания, о движущих силах мирового развития, а также направлена на получение знаний в области политической науки, формирование нового мышления и мировоззрения, политической культуры.</p> <p>Дисциплина дает студентам представление о личности в контексте формирования национального сознания в психологии; о межличностном общении как факторе развития гармоничной личности казахстанца; о технологии эффективного межличностного общения как основе модернизации общественного сознания; направлена на освоение основных психологических понятий, теорий и методов психологических исследований.</p>
ИК 02 Инструментально-коммуникативный	Yа 1103 Иностранный язык	ООД/ ОК	Экзамен	1,2	10	Иностранный язык (школьный курс)	Деловое общение и делопроизводство	Дисциплина направлена на формирование и развитие профессиональных компетенций обучающихся не языковых специальностей в процессе образования, расширение теоретических знаний с целью улучшения практических языковых навыков в профессиональной сфере, развитие будущего специалиста как полиязыковой личности, способной осуществлять коммуникативно-деятельностные операции на профессиональном иностранном языке.
	K(R)Ya 1104 Казахский (русский) язык	ООД/ ОК	Экзамен	1,2	10	Казахский (русский) язык (школьный курс)	Деловое общение и делопроизводство	Дисциплина формирует социально-гуманитарное мировоззрение студентов в контексте общенациональной идеи духовной модернизации, предполагающей развитие на основе национального сознания и культурного кода качеств интернационализма, толерантного отношения к мировым культурам и языкам как трансляторам знаний мирового уровня, передовых современных технологий, использование и трансферт которых способны обеспечить модернизацию страны и личностный карьерный рост будущих специалистов. Задачами программы являются: успешное овладение видами речевой деятельности в соответствии с уровневой подготовкой; формирование и совершенствование навыков владения языком в различных ситуациях бытового, социально-культурного, профессионального общения; формирование навыков продуцирования устной и письменной речи в соответствии с коммуникативной целью и профессиональной сферой общения.
	ИКТ 1105 Информационно-коммуникационные технологии	ООД/ ОК	Экзамен	1	5	Информатика (школьный курс)	Digital маркетинг	Дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии» формирует способности критически оценивать и анализировать процессы, методы поиска, хранения и обработки информации, способы сбора и передачи информации посредством цифровых технологий. Помогает освоению обучающимися концептуальных основ архитектуры компьютерных систем, операционных систем и сетей. Способствует формированию знаний о концепциях разработки сетевых и веб приложений, инструментах обеспечения информационной безопасности и навыков использования современных информационно-коммуникационных технологий в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, для самообразовательных и других целей.

	FK 1107 Физическая культура	ООД/ ОК	Экзамен	1,2	8	Физкультура (школьный курс)	Производственная практика	<p>Дисциплина формирует социально-личностные компетенции студентов и способности целенаправленно использовать средства и методы физической культуры, обеспечивающие сохранение, укрепление здоровья для подготовки к профессиональной деятельности; к стойкому перенесению физических нагрузок, нервно-психических напряжений и неблагоприятных факторов в будущей трудовой деятельности.</p> <p>Задачи: дать базовые научно-обоснованные знания об использовании физической культуры и спорта в развитии жизненно важных физических качеств для сохранения здоровья и поддержания оптимальной профессиональной работоспособности; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре и потребности в систематических занятиях физическими упражнениями и спортом; укрепление здоровья, закаливание и повышение устойчивости организма к воздействию неблагоприятных факторов трудовой деятельности; воспитание дисциплинированности, коллективизма, товарищеской взаимопомощи; воспитание психической устойчивости, уверенности в своих силах, целеустремленности, смелости и решительности, инициативности, настойчивости и упорства, выдержки и самообладания; развитие и совершенствование основных двигательных качеств – выносливости, силы, быстроты, ловкости, гибкости</p>
ЕЕНР 03 Экономика, экология, науки и права	ОРАК 2108 Основы права и антикоррупционной культуры	ООД/ КВ	Экзамен	4	5	Человек и общество (школьный курс)	Трудовое право	Дисциплина представляет собой междисциплинарную систему знаний, объединяющую основные отрасли права (конституционное, административное, гражданское, уголовное и т.д.), а также формирование системы знаний и гражданской позиции по противодействию коррупции как антисоциальному явлению, которая дает понятие о роли определенных правовых норм и рассматриваются конкретные юридические вопросы и проблемы.
	RZh 2108 Рухани Жангыру					История Казахстана	Деловое общение и делопроизводство	Дисциплина включает в себя проблемы национальной культуры, традиции и обычаев в общеисторическом контексте, раскрытие студентам историчности и содержания духовного мира казахского народа, закономерностей и тенденций в культурном развитии казахского народа, вызваны объективно назревшими потребностями совершенствования университетской системы преподавания истории в направлении междисциплинарной интеграции, гуманизации.
	ОЕР 2108 Основы экономики и предпринимательства					Экономическая теория	Предпринимательство	Дисциплина формирует у будущих специалистов основы экономики и ведения предпринимательского дела в рыночных условиях. Предметом изучения дисциплины является применение методов предпринимательского дела, раскрытие тенденции развития и роли предпринимательства в современном мире, организационных и финансовых основ бизнеса, государственного регулирования предпринимательской деятельности, а также ознакомление с анализом рыночной конъюнктуры, механизмами функционирования рыночной экономики.
	ЕВZh 2108 Экология и безопасность жизнедеятельности					Человек и общество (школьный курс)	Итоговая аттестация	Дисциплина изучает основные подходы к решению экологических проблем, источники и виды загрязнения окружающей среды предприятиями транспорта, методы снижения вредного воздействия на окружающую среду. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, их причины способы профилактики и защиты. Проведение спасательных и других неотложных работ, правила поведения людей при

	ONI 2108 Основы научных исследований					Финансовая грамотность	Итоговая аттестация	чрезвычайных ситуациях Дисциплина формирует общие представления о теоретико-методологических основах научно-исследовательской деятельности, правилах выполнения научно-исследовательской деятельности, приобретение навыка владения методами оформления и порядком представления результатов различных исследовательских работ и использование этих навыков в написании курсовой работы и дипломного исследования, а также для будущей профессиональной деятельности.
OES 04 Основы экономики и статистики	ET 1202 Экономическая теория	БД/ ВК	Экзамен	1	4	Экономика (школьный курс)	Микроэкономика, Макроэкономика	Целью изучения экономической теории включают: понимание экономических принципов; анализ принятия решений; понимание экономических систем изучение экономической теории помогает понять различные экономические системы, такие как рыночная экономика, плановая экономика и смешанная экономика. Оно также исследует механизмы функционирования рынка, роли правительства и другие факторы, влияющие на экономическую деятельность. Это позволяет студентам развивать понимание экономики как науки, ее основных принципов и механизмов функционирования. Изучение экономической теории помогает анализировать и прогнозировать экономические процессы, принимать рациональные решения и осознанно участвовать в экономической деятельности.
	ME 1203 Математика в экономике	БД/ ВК	Экзамен	1	5	Математика (школьный курс)	Финансовая грамотность	Дисциплина формирует у студентов теоретических знаний, практических навыков по вопросам математики помогающего моделировать, анализировать и решать экономические задачи, помочь студентам усвоить математические методы, дающие возможность изучать и прогнозировать процессы и явления из области будущей деятельность студентов как специалистов
	Mik 1209 Микроэкономика	БД/ ВК	Экзамен	2	5	Экономическая теория	Макроэкономика	Дисциплина предусматривает изучение механизма функционирования современной экономики, понимание причин принятия решения отдельными экономическими субъектами, потребителями, производителями, владельцами ресурсов и отдельными фирмами, а также форм взаимодействия потребителей и фирм, формирующих рынки и отрасли промышленности.
	Mac 2212 Макроэкономика	БД/ ВК	Экзамен	3	5	Микроэкономика	Маркетинг	Дисциплина представляет собой введение в экономический анализ применения макроэкономических функций, таких как объем производства, занятость, инфляция. Важные элементы макро дисциплины включают измерение макроэкономических перемен, разработку моделей и теории для объяснения поведения экономических перемен, использование эмпирических данных при оценке различных моделей и роли государственной политики в стремлении использовать на макроэкономических результатах. Дисциплина рассматривает все аспекты для раскрытия работы экономики и различных взаимодействий между факторами и хозяйствами, бизнесом и особенностями.
	Sta 2213 Статистика	БД/ ВК	Экзамен	3	5	Математика в экономике	Экономика предприятия	Дисциплина изучает общие принципы, приемы, методы сбора обработки и анализа количественных и качественных показателей социально – экономических явлений и их закономерностей. Использует методы общей теории статистики. Путем наблюдения, группировки, опроса и расчета средних величин, так как это помогает управленцу правильно использовать полученные данные и формулировать рациональные выводы, вытекающие из проведенного анализа для моделирования и прогнозирования

								экономических процессов, необходимых для своевременного принятия управленческих решений.
	Men 2214 Менеджмент	БД/ ВК	Экзамен	3	5	Экономическая теория	Управление проектом	Дисциплина изучает основные принципы и методы организации и управления предприятием, изучение, систематизация и закрепление основ теории и практики управления предприятиями в современных условиях хозяйствования, процессами принятия решений в области менеджмента, поскольку формирование рыночных экономических отношений требует подготовки квалифицированных специалистов, вооруженных новыми знаниями и умениями, владеющими современным аппаратом для решения принципиально новых задач.
	Mar 2215 Маркетинг	БД/ ВК	Экзамен	4	4	Менеджмент	Маркетинговые исследования	Дисциплина рассматривает и изучает процесс планирования и управления мероприятиями по разработке новых изделий и услуг, ценовой политики, продвижению товаров к потребителям и сбыту готовой продукции или услуг, направленных на наиболее полное удовлетворение потребностей, как отдельных личностей, так и организаций.
BP 05 Базовый профессиональный	BU 2210 Основы бухгалтерского учета	БД/ ВК	Экзамен	3	5	Математика в экономике	Финансы	Дисциплина изучает историю возникновения и развития бухгалтерского учета, нормативно – правовую базу и дает представление о формах и методах бухгалтерского учета, ведения документооборота и заполнения первичной документации, в соответствии с МСФО. Содержит принципы, ключевые понятия, элементы метода бухгалтерского учета, методические обработки первичные документы и процесс подготовки учетных записей. Рассматривает основополагающие теоретические основы бухгалтерского учета и вырабатывает профессиональное мышление.
	Fin 2211 Финансы	БД/ ВК	Экзамен	4	4	Финансовая грамотность	Предпринимательство	Дисциплина изучает основные концепции финансов, специфику финансовых отношений и состав звеньев финансовой системы. Курс направлен на изучение денежных потоков с учетом фактора времени и принятия финансовых решений по управлению личных сбережений, обеспечению финансовой выгоды, создания успешной деятельности в будущем. Изучаются актуальные темы как: финансовые аспекты организации бизнеса, оценка акций и облигаций, структуры и стоимости капитала, а также временная стоимость денег, оценка денежного потока на основе анализа финансовой отчетности, риска и несостоятельности собственников фирмы.
	FG 2201 Финансовая грамотность	БД/ ВК	Экзамен	3	5	Экономическая теория	Финансы	Дисциплина формирует у будущих специалистов умение пользоваться теоретическими и практическими знаниями в сфере личного финансового планирования, увеличения доходов с использованием услуг финансовых организаций, финансового мошенничества, пенсионного обеспечения, страхования, налогового планирования, банков и банковской деятельности.
	UP 2205 Учебная практика	БД/ ВК	Дифференцированный зачет	4	2	Маркетинг	Управление маркетингом	Учебная практика формирует вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков, компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
	TP 3207 Трудовое право	БД/ ВК	Экзамен	6	5	Основы права и антикоррупционной	Управление проекто	Дисциплина рассматривает такие общественные отношения, которые складываются в процессе использования наемного труда работников, а также ряд других отношений, тесно связанных с трудовыми. Целью дисциплины является получение обучающимися знаний в области трудового законодательства Республики Казахстан; овладение

						культуры		навыками работы с законодательством, в области регулирования труда, умение ориентироваться в сложных ситуациях, возникающих на практике, владеть навыками применения полученных знаний.
	DOD 3208 Деловое общение и делопроизводство	БД/ ВК	Экзамен	5	4	Казахский (русский) язык, Иностраннный язык	Бизнес английский	Дисциплина повышает уровень коммуникативной компетентности обучающихся и приобретение ими представления об особенностях формирования и развития систем делового общения и делопроизводства на государственном языке, которые являются важной частью ведения дел предприятия, организации, фирмы. Задачами дисциплины являются: повышение эффективности труда путем налаживания деловых и творческих контактов среди различных групп персонала, деловыми партнерами; получения знаний, позволяющих каждому обучающемуся сориентироваться в сложных вопросах протокола, этикета и технологии делового общения; развитие умения строить речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи в профессиональной сфере; представления о содержании, формах и межкультурных особенностях в области деловой коммуникации; понимание устных и письменных стратегий делового общения; выработать практические навыки для оформления организационно-распорядительных документов.

УАМ 07 Управление-аналитический маркетинг	МІ 3301 Маркетинговые исследования	ПД/ ВК	Экзамен	5	5	Маркетинг	Практический маркетинг	Предмет предопределяет необходимость изучения поведения потребителей, посредников, поставщиков, конкурентов, и в целом, всей конъюнктуры рынка. Достоверные результаты маркетинговых исследований позволяют снижая степень неизбежного риска, обоснованно разрабатывать корпоративные (портфельные, роста, конкурентные), функциональные и инструментальные стратегии. Основным предназначением маркетинговых исследований является обеспечение участников рынка объективным информационно-аналитическим материалом в целях усиления их конкурентных преимуществ.
	Pre 3302 Предпринимательство	БД/ ВК	Экзамен	5	5	Экономическая теория	Реклама в системе маркетинга	Дисциплина изучает процесс организации предпринимательской деятельности, сущность, содержание и функции предпринимательства, принципы его организации, организационно-правовые формы предпринимательства и их особенность, рассматривает методику составления и разработки бизнес-планов, понятие и виды рисков, их классификация, методы оценки предпринимательских рисков, анализирует источники формирования и финансирования предпринимательской деятельности, кадровое обеспечение, организацию предпринимательских сделок, суть коммерческой тайны и способы ее защиты.
	SP 2216 Социальная психология	БД/ ВК	Экзамен	4	5	Модуль социально-политических знаний	Поведение потребителя	Дисциплина рассматривает социальную психологию как раздел психологии, занимающийся изучением закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологических характеристик самих групп

						(Социология, Политология, Культуроло гия, Психология)		
	UM 3304 Управление маркетингом	БД/ ВК	Экзамен	6	5	Маркетинг	Практическ ий маркетинг	Дисциплина рассматривает управление маркетингом как процесс действий (анализ рыночных возможностей, определение перспективного целевого рынка, формирование маркетинговой стратегии), в совокупности обеспечивает реализацию концепции маркетинга на предприятии. Управление маркетингом на предприятии нацелено обеспечить максимально эффективное использование материальных, финансовых и прочих ресурсов.
	BA 3217 Бизнес английский	БД/ ВК	Экзамен	6	5	Иностранный язык	Практическ ий маркетинг	Дисциплина изучает лексику и грамматику, связанную с профессиональной деятельностью, реплик-клише речевого этикета, профессиональную терминологию, правила ведения диалога с бизнес партнерами или потенциальными клиентами, структуру и оформление деловых писем, виды деловых писем, особенности бизнес-культур зарубежных стран, типах бизнеса, особенностей коммуникаций и возможных направлений развития бизнеса в будущем, языковые и культурные особенности электронной коммуникации.
	OMIP 2219 Ораторское мастерство и искусство презентации	БД/ КВ	Экзамен	4	6	Казахский (русский) язык	Управление проектом	Дисциплина рассматривает вопросы: психологические механизмы взаимодействия оратора и аудитории, речевое воздействие оратора на аудиторию, факторы, правила и приемы его эффективности, вербальное и невербальное речевое воздействие, внешний, коммуникативный и поведенческий имидж оратора, восприятие оратора аудиторией, ораторская индивидуальность, первое впечатление, движение оратора в аудитории, приемы борьбы с волнением в аудитории
	PP I 3206 Производственная практика I	ПД/ ВК	Дифференцир ованный зачет	6	3	Маркетингов ые исследования	Практическ ий маркетинг, Стратегичес кий маркетинг, Контроллин г в маркетинге	Производственная практика I формирует вид учебной деятельности, который непосредственно ориентирован на практическую подготовку обучающихся и нацелен на получение ими профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
КМ 08 Комплекс маркетинга	PM 4305 Практический маркетинг	ПД/ ВК	Экзамен	7	5	Маркетинг, Маркетингов ые исследования	Итоговая аттестация	Дисциплина предполагает изучение основных элементов маркетинга в теорию и практику работы предприятий различных отраслей промышленности. Описание принципов и методов осуществления маркетинговой деятельности имеет практическую направленность и предназначено для применения в любых отраслях производства и реализации продукции и услуг. Применение практического маркетинга в деятельности фирм даст возможность проводить эффективную ценовую, товарную политику и продвигать свои услуги на рынок.
	MU 3303 Маркетинг услуг	ПД/ ВК	Экзамен	5	6	Маркетинг	Индустриал ьный	Дисциплина, которая занимается разработкой и применением стратегий и тактик для продвижения и успешной продажи услуг. В отличие от маркетинга товаров,

						маркетинг	маркетинг услуг фокусируется на специфических аспектах, связанных с предоставлением и доставкой услуг, а не материальных товаров. Основная цель дисциплины состоит в создании и удовлетворении спроса на различные виды услуг. Маркетинг услуг также включает в себя управление клиентским опытом.
МК 4306 Маркетинговые коммуникации	ПД/ ВК	Экзамен	7	5	Маркетинг, Менеджмент	Итоговая аттестация	Дисциплина рассматривает маркетинговые коммуникации как основные инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, мерчендайзинг, маркетинг событий и т.д. Анализ и создание базы для принятия решений в сфере бюджетирования коммуникационных маркетинговых программ.
РР II 4307 Производственная практика II	ПД	Дифференцированный зачет	6	3	Маркетинговые исследования	Практический маркетинг,	Производственная практика II направлена на расширение и углубление теоретических знаний в профессиональной сфере знакомство с производством, нормативными документами предприятия; знакомство с конкретной профессиональной деятельностью, её функциями, обязанностями работника

							Стратегический маркетинг, Контроллинг в маркетинге	
TSM 09 Товар в системе маркетинга	OT 3218 Основы товароведения	БД/ КВ	Экзамен	6	6	Маркетинг	Индустриальный маркетинг	Дисциплина раскрывает основные понятия товароведения, объекты, субъекты и методы товароведной деятельности; рассматриваются факторы, обеспечивающие формирование и сохранение товароведных характеристик. Особое внимание уделено средствам информации о товаре: товарно-сопроводительным документам и маркировке, в том числе информационным знакам
	TPNT 3218 Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров					Статистика, Маркетинг	PR в маркетинге, Глобальный маркетинг	Дисциплина рассматривает ассортимент о продовольственных и непродовольственных товарах, необходимых для коммерческой работы в современных условиях торговли. Владение информацией о важнейших товарных группах необходимых специалистам торговли при анализе ассортиментных позиций, при формировании ассортимента товаров.
	IM 3222 Инновационный маркетинг	БД/ КВ	Экзамен	5	5	Управление проектом	Реклама в системе маркетинга	Дисциплина раскрывает понятие основных инструментов маркетинга инноваций, изучаются методы организации и управления производством новых изделий, оценкой эффективности инновационных проектов в рыночных условиях, а также современные концепции управления инновационной деятельностью и ознакомление с наиболее эффективными технологиями инновационного маркетинга
	IM 3222 Инновационный менеджмент					Менеджмент	PR в маркетинге, Коммерческий маркетинг	Дисциплина изучает анализ корпоративных инновационных стратегий, а также выполнения оценки эффективности инновационных проектов и поиска возможных форм их финансирования
	RSM 4220 Реклама в системе маркетинга	БД/ КВ	Экзамен	8	5	Предпринимательство, Инновационный маркетинг	Итоговая аттестация	Дисциплина рассматривается как элемент продвижения. Необходимость связи рекламы с другими элементами комплекса продвижения. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций выполняет не только информативную функцию, но и коммуникативную. Таким образом, обеспечивая «обратную связь» производства с рынком и покупателем путем максимального управления процессом движения товаров, подлежащих рекламе
	PRM 4220 PR в маркетинге					Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров, Инновационный	Итоговая аттестация	Дисциплина рассматривает управленческая деятельность, направленную на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации.

						ый менеджмент, Планирование маркетинга, Глобальный маркетинг		
PM 10 Профессиональный маркетинг	UP 4310 Управление проектом	ПД/ КВ	Экзамен	7	6	Ораторское мастерство и искусство презентации, Менеджмент	Контроллин г в маркетинге	Дисциплина знакомит с сущностью и инструментами проектного менеджмента, позволяющего квалифицированно принимать решения по управлению командой проекта, координированию оборудования, материалов, финансовых средств и графиков для выполнения определенного проекта в заданное время в пределах бюджета и к удовлетворению заказчика (потребителя).
	ОЕРД 4310 Оценка эффективности проектной деятельности					Микроэконом ика, Статистика	Контроллин г в маркетинге	Дисциплина изучает правовую основу проектной деятельности. Оценка простых бизнес-идей и предложений. Оценка жизнеспособности инвестиционных проектов. Доходность, доходность и компенсация. Показатели для оценки инвестиционных проектов учет рисков. Инфляция Оценка инвестиционных проектов. Оценка эффективности работы проекта
	ТМ 4312 Тактический маркетинг	ПД/ КВ	Экзамен	7	4	Маркетинг	Индустриал ьный маркетинг	Дисциплина рассматривает как связь с разработкой комплекса мероприятий, с помощью которых могут быть достигнуты ранее сформулированные краткосрочные (на ближайшие 1-1,5 года) цели маркетинговой деятельности. Основной задачей тактического маркетинга является привлечение внимания потенциальных клиентов и стимулирование их к покупке. Он ориентирован на краткосрочные цели, такие как увеличение объема продаж, повышение осведомленности о бренде и создание момента спроса.
	PM 4312 Планирование маркетинга					Маркетинг	PR в маркетинге, Коммерческ ий маркетинг	Дисциплина изучает процесс разработки и реализации маркетинговых стратегий и тактик, направленных на достижение целей компании на рынке. Дисциплина включает: анализ рынка: исследование рынка и конкурентной среды, оценка потребностей и требований потребителей, определение рыночной ниши и потенциальных возможностей для компании; определение целевой аудитории: выявление характеристик и потребностей целевой аудитории, сегментация рынка, выбор наиболее привлекательных сегментов для компании; разработка маркетинговых стратегий; определение маркетингового микса; оценка эффективности маркетинговых действий; планирование маркетинга направлено на оптимизацию маркетинговых усилий и достижение максимального эффекта от вложенных средств.
	ММ 4313 Международный маркетинг	ПД/ КВ	Экзамен	7	5	Маркетинг	Индустриал ьный маркетинг	Дисциплина рассматривает Международный маркетинг как ответную реакцию субъектов международного рынка на такие процессы, как рост и расширение партнерских взаимоотношений, возрастание производственных возможностей, быстрое обновление товарного ассортимента и структуры рыночного спроса.
	GM 4313 Глобальный маркетинг					Товароведени е продовольств енных и	PR в маркетинге, Коммерческ ий	Дисциплина рассматривает Глобальный маркетинг как одну из концепций международного маркетинга. Стратегия глобального маркетинга разрабатывается на основе сходства параметров, характеризующих рынки различных стран. Благодаря этому возможна стандартизация комплекса маркетинга, что способствует

						непродовольственных товаров	маркетинг	значительному сокращению издержек.
	ИМ 4315 Индустриальный маркетинг	ПД/ КВ	Экзамен	8	5	Управление проектом, Основы товароведения, Тактический маркетинг, Международный маркетинг	Итоговая аттестация	Дисциплина рассматривает Индустриальный маркетинг как вид маркетинга, который необходим организациям для расширения хозяйственных операций, продвижения на рынке, получения прибыли В современных условиях предприятия являются самостоятельно хозяйствующими единицами на промышленных рынках, продают и покупают продукцию для различных производственных нужд и потребностей. Предприятию, как покупателю и продавцу приходится принимать множество решений по выбору поставщиков, качества товаров, объема поставок, условий складирования, уровня запасов
	КМ 4315 Коммерческий маркетинг					Инновационный менеджмент, Планирование маркетинга, Глобальный маркетинг	Итоговая аттестация	Дисциплина рассматривает как комплекс мер, направленный на повышение эффективности взаимодействия с участниками маркетингового канала (дистрибуторской цепочки) от производителя до покупателя продукции. Основная задача дисциплины изучать студентам привлечь и удержать клиентов, увеличить продажи и обеспечить рост прибыли. Для достижения этих целей маркетологи проводят исследования рынка, изучают потребности и предпочтения целевой аудитории, анализируют конкурентов, разрабатывают маркетинговые стратегии и планы, определяют ценообразование, выбирают подходящие каналы продаж и осуществляют продвижение товаров или услуг через рекламу, PR-активности, интернет-маркетинг и другие инструменты.
РРЕ 11 Поведенческо-правовой, экономический	PES 2221 Правонарушения в экономической сфере	БД/ КВ	Экзамен	4	4	Экономическая теория	Трудовое право	Дисциплина изучает уголовно-правовые характеристики и особенности правонарушения в сфере экономической деятельности. А так же виды и порядок назначения наказания за совершение уголовно-правовых и порядок освобождение от уголовной ответственности.
	DM 2221 Digital маркетинг					Информационно-коммуникационные технологии, Маркетинг	Маркетинг услуг	Цель дисциплины – сформировать у обучающихся способность разработки стратегии цифрового маркетинга. Будут изучены: основы таргетивного и интерактивного маркетинга товаров и услуг, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей, маркетинг в цифровом контексте, систематизация и анализ статистической и маркетинговой информации, стратегические решения по применению инструментов цифрового маркетинга, позиционирование продукта при цифровом маркетинге, стратегические решения по коммуникации. Главными задачами цифрового маркетинга являются продвижение бренда и увеличение сбыта с помощью различных методик.
	РР 3314 Поведение потребителя	ПД/ КВ	Экзамен	6	6	Социальная психология, Микроэкономика	Итоговая аттестация	Дисциплина как область маркетинга изучает процесс выбора или покупки и пользования товарами, услугами, идеями, среди покупателей и потребителей, групп покупателей (на потребительском рынке) и организациями (на корпоративном рынке). Исследование поведения потребителя помогает понять, почему люди выбирают определенные товары или услуги, как они оценивают качество и ценность продукта, какие факторы влияют на принятие решения о покупке, и как они взаимодействуют с маркетинговыми стратегиями и рекламой. В рамках этой

								дисциплины используются методы из психологии, социологии, антропологии и экономики для анализа потребительского поведения.
	№1 3314 Нейромаркетинг					Социальная психология	Итоговая аттестация	Дисциплина изучает комплекс мероприятий, которые изучают отношение человеческого мозга к маркетингу и рекламе в частности. Результаты исследований позволяют лучше прогнозировать логику потребителя, его реакцию на раздражители посредством измерений процессов в мозгу.
	ЕР 3204 Экономика предприятия	БД/ ВК	Экзамен	5	5	Микроэкономика	Управление маркетингом	Дисциплина направлена на выработку у студентов экономического мышления на основе изучения экономического механизма функционирования предприятия в условиях рыночного типа хозяйствования. Изучение данного курса дает возможность вооружить студентов знаниями нового механизма функционирования предприятия в сложившейся правовой, экономической, финансовой и административной среде с учетом дальнейшей модернизации и диверсификации экономики Казахстана.
	РР 4308 Преддипломная практика	ПД	Дифференцированный зачет	8	4	Практический маркетинг, Стратегический маркетинг	Итоговая аттестация	Преддипломная практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы.
УИА 12 Итоговой аттестации	SM 4309 Стратегический маркетинг	ПД/ ВК	Экзамен	7	5	Маркетинг	Контролинг в маркетинге	Дисциплина рассматривает Стратегический маркетинг как ориентацию маркетинговых усилий на долгосрочную перспективу и представляет собой постоянный и систематический анализ потребностей рынка, выводящий на разработку эффективных товаров, предназначенных для конкретных групп покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающими их от товаров конкурентов и таким образом создающими изготовителю устойчивое конкурентное преимущество.
	KM 4311 Контролинг в маркетинге	ПД/ ВК	Экзамен	8	5	Маркетинг	Итоговая аттестация	Дисциплина предполагает изучение измерения и оценку результатов маркетинговой деятельности, установление плановых показателей, подлежащих контролю, контроль результатов (прибыли, объема продаж и т.д.), ревизия маркетинга.
	Итоговая аттестация	ИА		8	8	Преддипломная практика	Поступление в магистратуру	Итоговая аттестация проводится в форме написания и защиты дипломной работы (проекта) или подготовки и сдачи комплексного экзамена. Целью итоговой аттестации является оценка результатов обучения и освоенных компетенций, достигнутых по завершению изучения образовательной программы высшего образования. Дипломная работа (проект) имеет целью выявить и оценить аналитические и исследовательские способности выпускника и представляет собой обобщение результатов самостоятельного изучения студентом актуальной проблемы в изучаемой области. Программа комплексного экзамена отражает интегрированные знания и ключевые компетенции, отвечающим требованиям рынка труда в соответствии с образовательной программой высшего образования.

5. Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами

№	Наименование дисциплины	Кол-во кредитов	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами													
			PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	PO 5	PO 6	PO 7	PO 8	PO 9	PO10	PO 11	PO 12		
1.	История Казахстана	5	+													
2.	Философия	5	+													
3.	Модуль социально-политических знаний (Социология, Политология, Культурология, Психология)	8	+	+												
4.	Иностранный язык	10	+													
5.	Казахский (Русский) язык	10	+													
6.	Информационно-коммуникационные технологии	5	+											+		
7.	Физическая культура	8	+													
8.	Основы права и антикоррупционной культуры	5			+				+							
9.	Рухани Жангыру	5		+												
10.	Основы экономики и предпринимательства	5			+	+				+	+					
11.	Экология и безопасность жизнедеятельности	5		+												
12.	Основы научных исследований	5		+												
13.	Финансовая грамотность	5				+					+					
14.	Экономическая теория	4			+	+						+				
15.	Математика в экономике	5		+		+										
16.	Экономика предприятия	5			+	+				+						
17.	Трудовое право	5			+				+							
18.	Деловое общение и делопроизводство	4		+											+	
19.	Микроэкономика	5			+	+				+						
20.	Основы бухгалтерского учета	5				+						+				
21.	Финансы	4				+					+					
22.	Макроэкономика	5			+	+										
23.	Статистика	5			+	+				+						
24.	Менеджмент	5								+	+					
25.	Маркетинг	4						+					+			
26.	Социальная психология	5		+												
27.	Бизнес английский	5	+		+	+										
28.	Ораторское мастерство и искусство презентации	6		+											+	
29.	Основы товароведения	6									+					+
30.	Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров	6									+					+
31.	Реклама в системе маркетинга	5											+	+		
32.	PR в маркетинге	5											+	+	+	
33.	Правонарушения в экономической сфере	4			+				+							
34.	Digital маркетинг	4						+						+		+
35.	Инновационный маркетинг	5								+	+					
36.	Инновационный менеджмент	5								+	+					
37.	Учебная практика	2			+	+	+									
38.	Производственная практика I	3							+	+	+					
39.	Маркетинговые исследования	5						+		+						

40.	Предпринимательство	5			+	+			+					
41.	Маркетинг услуг	6								+		+		
42.	Управление маркетингом	5					+			+				
43.	Практический маркетинг	5					+					+		
44.	Маркетинговые коммуникации	5									+		+	
45.	Контроллинг в маркетинге	5						+	+					
46.	Стратегический маркетинг	5						+				+		
47.	Управление проектом	6					+		+		+			
48.	Оценка эффективности проектной деятельности	6						+						+
49.	Тактический маркетинг	4						+				+		
50.	Планирование маркетинга	4						+						+
51.	Международный маркетинг	5										+	+	
52.	Глобальный маркетинг	5					+					+	+	
53.	Поведение потребителя	6							+					+
54.	Нейромаркетинг	6										+		+
55.	Индустриальный маркетинг	5										+		+
56.	Коммерческий маркетинг	5						+	+					
57.	Производственная практика II	3							+	+	+	+		
58.	Преддипломная практика	4						+		+	+	+	+	
59.	Итоговая аттестация	8						+	+	+	+	+	+	

ҚАЗАҚ РЕСПУБЛИКАСЫ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ КӨЛІКТІК-ГУМАНИТАРЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



«БЕКІТЕМІН»
Ғылыми кеңес төрағасы
академик А. Д. Омаров

« _____ » _____ 2023 ж.

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

6B04109 – Маркетинг
Дайындық бағыты: 6B041- Бизнес және басқару
Дайындық деңгейі: Бакалавриат

КЕЛІСІЛДІ:

«Сервис Инвест Групп» ЖШС,
басшы

_____ Васильковский А.А.

Алматы, 2023

6B04109 – Маркетинг білім беру бағдарламасы, даярлау бағыттары 6B041 - Бизнес және басқару бағдарламасы Қазақстан Республикасы ғылым және жоғары білім Министрінің 2022 жылғы 20 шілдедегі № 2 бұйрығымен бекітілген жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарттарына сәйкес әзірленді.

ББ университеттің Ғылыми Кеңесінің 30.03.2023 ж. шешімімен бекітілген, № 8 хаттама.

Т. А. Ә.	Ғылыми дәрежесі / ғылыми атағы	Лауазымы	Жұмыс орны	Қолы
Академиялық комитет төрағасы:				
Мылтықбаева А.Т.	PhD докторы	«Маркетинг и менеджмент» кафедра меңгерушісі	ХКГУ	
Профессор-оқытушылар құрамы:				
Смагулова Н.Т.	э.ғ.д.	«Маркетинг и менеджмент» кафедраның профессоры	ХКГУ	
Белғожақызы М.	магистр	кафедры «Маркетинг и менеджмент» кафедраның аға оқытушысы	ХКГУ	
Жұмыс берушілер:				
Васильковский А.А.		«Сервис Инвест Групп» ЖШС басшы	«Сервис Инвест Групп» ЖШС	
Білім алушылар:				
Мырзағали Е.		МР с/о-20 тобының студенті	4 курс	

Мазмұны

1.	Нормативтік сілтемелер.....	37
2.	Білім беру бағдарламасының паспорты.....	38
3.	Түлек моделі	42
4.	Білім беру бағдарламасының картасы.....	46
5.	Жалпы білім беру бағдарламасы бойынша білім беру нәтижелерінің қалыптасатын құзыреттермен сәйкестік матрицасы	57
6.	Модульдік оқу жоспары.....	59

1. Нормативтік сілтемелер

Білім беру бағдарламасыкелесі нормативтік-құқықтық актілердің және кәсіби стандарттардың негіздемесін әзірледі:

1. "Білім туралы" Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі №319-III Заңы;
2. Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім министрінің 2022 жылғы 20 шілдедегі № 2 бұйрығымен бекітілген мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарттары;
3. ҚР Білім және ғылым министрінің 2011 жылғы 20 сәуірдегі №152 бұйрығымен бекітілген Кредиттік оқыту технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидалары;
4. Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 30 қазандағы № 595 бұйрығымен бекітілген Жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдары қызметінің үлгілік қағидалары;
5. Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2015 жылғы 17 маусымдағы № 391 бұйрығымен бекітілген Жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беретін ұйымдардың білім беру қызметіне қойылатын біліктілік талаптары және оларға сәйкестікті растайтын құжаттар тізбесі;
6. Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 13 қазандағы № 569 бұйрығымен бекітілген Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар кадрларды даярлау бағыттарының сыныптауышы;
7. ҚР ҰӘМ жоғары білім беруді дамыту ұлттық орталығы директорының 2023 жылғы 4 мамырдағы № 601 н/қ бұйрығымен бекітілген Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру бағдарламаларын әзірлеу жөніндегі басшылық;
8. «Бұқаралық ақпарат құралдарында жарнаманы ұсыну» кәсіби стандарты, «Атамекен» ҰКП, 21.12.2022 ж.
9. «Әлеуметтік желілердің менеджменті (SMM)і» кәсіби стандарты, «Атамекен» ҰКП, 26.12.2019
10. «Жұмыс берушінің бренді» кәсіби стандарты, «Атамекен» ҰКП, 18.12.2019

2. Білім беру бағдарламасының паспорты

№	Өріс атауы	Ескертпе
1	Тіркеу нөмірі	6B04100343
2	Білім беру саласының коды және сыныптамасы	6B04 - Бизнес, басқару және құқық
3	Дайындық бағытының коды және жіктелуі	6B041- Бизнес және басқару
4	Білім беру бағдарламалары топтарының коды және атауы	B047 Маркетинг және жарнама
5	Білім беру бағдарламасының атауы	6B04109-Маркетинг
6	Білім беру бағдарламасының түрі	Қолданыстағы
7	Білім беру бағдарламасының мақсаты	Нарықты зерделеу және тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру, еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болу мақсатында маркетингтік құралдарды қолдануға қабілетті маркетинг саласындағы мамандарды даярлау
8	МСКОбойынша деңгей	6
9	НРКбойынша деңгей	6
10	ОРКбойынша деңгей	6
11	Білім беру бағдарламасының ерекше ерекшеліктері	Жоқ
12	Құзыреттер тізбесі	<p><i>Әмбебап құзыреттіліктер (ӘҚ) түлектің болуы керек екендігімен сипатталады:</i></p> <p>ӘҚ1-Адамның және болашақ маманның әлеуметтік-мәдени дамуын қамтамасыз ететін жалпы құзыреттер жүйесін оның дүниетанымдық, азаматтық және адамгершілік ұстанымдарының құрылымы мен қалыптасуы негізінде қалыптастыру мүмкіндігі.</p> <p>ӘҚ2-Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды меңгеру, үш тілде байланыс бағдарламаларын құру негізінде бәсекеге қабілетті болу мүмкіндігі. Өз өмірі мен қызметінің барлық салаларында заманауи ақпараттық-коммуникациялық технологияларды игеру және пайдалану арқылы ақпараттық сауаттылықты дамытуға қабілетті болу.</p> <p>ӘҚ3-Әр түрлі қарым-қатынас жағдайында тиімді қарым-қатынас жасау, үштілділік жағдайында қарым-қатынас пен Таным мәселелерін шешу қабілеті. Қазақ, орыс және шет тілдерінде тұлғааралық Әлеуметтік және кәсіби қарым-қатынас жасау қабілеті.</p> <p>ӘҚ4-Дене шынықтыру әдістерін дербес, әдістемелік тұрғыдан дұрыс пайдалану құралдарын меңгеру, салауатты өмір салтына, өзін-өзі жетілдіруге және кәсіби жетістікке бағдарлану қабілеті.</p> <p>ӘҚ5-Өмір бойы өзін өзі дамыту және білім беру дағдыларын қалыптастыру қабілеті.</p> <p>ӘҚ6-Қазіргі әлемде ұтқырлыққа, сыни ойлауға және физикалық өзін-өзі жетілдіруге дайын тұлғаны</p>

		<p>калыптастыру қабілеті.</p> <p>ӘҚ7-Кәсіби міндеттерді шешуде азаматтық жауапкершілікті көшбасшылықты командадағы тиімді жұмысты көрсету.</p> <p>ӘҚ8-Қазіргі қоғамның өзекті мәселелеріне қатысты өзінің адамгершілік ұстанымын тұжырымдау және сауатты дәлелдеу.</p> <p><i>Кәсіби құзыреттер (КҚ):</i></p> <p>КҚ1-Жаратылыстану ғылымдары және әлеуметтік-гуманитарлық пәндер бойынша жаңа білім алу және меңгеру, осы білім мен түсінікті кәсіби деңгейде қолдана білу.</p> <p>КҚ2-Философиялық категорияларды қолдана отырып, өз ұстанымын айту мүмкіндігі; студенттердің заманауи мәселелерге оң көзқарасын қалыптастыруға ықпал ету.</p> <p>КҚ3-Ұлттық мәдениеттің құндылығын түсіну, тарихи мұра мен мәдени дәстүрлерді құрметтеу және оларға қамқорлық жасау. Әр түрлі этникалық мәдениеттер мен діндерге толеранттылықпен қарау.</p> <p>КҚ4-Командада жұмыс істеу, өз көзқарасын дұрыс қорғау, жаңа шешімдер ұсыну, жанжалдарды шешу және келіссөздер жүргізу, компаға келу, өз пікірін ұжымның пікірімен байланыстыру қабілеті.</p> <p>КҚ5-Кәсіби этика талаптарын білу және осы талаптарға сәйкес әрекет етуге дайын болу; этикалық мінез-құлық ережелерінен, оның ішінде басқа адамдарға қатысты ауытқуларға шыдамды болуды; азаматтық-құқықтық жауапкершілікке және этикалық тәртіп ережелерін сақтауды талап етеді.</p> <p>КҚ6-Кәсіби халықаралық байланыстың белгіленген мамандандырылған терминологиясы аясында байланыс құралы ретінде мемлекеттік, орыс және шет тілдерін, сондай-ақ шет тілдерінің бірін білу. Мемлекеттік, орыс және шет тілдерінде дұрыс сөйлей білу.</p> <p>КҚ7-Эконометрика негіздерін, экономикалық-математикалық әдістерді, мәліметтерді талдау және болжауды, экономикалық есептерді шешудің статистикасын білу.</p> <p>КҚ8-Қазақстан Республикасының экономика салаларында бухгалтерлік есеп пен аудитке байланысты кәсіби қызмет саласын реттейтін негізгі нормативтік құжаттарды білу.</p> <p>КҚ9-Ақпаратты Экономикалық талдаудың негізгі және арнайы әдістерін қолдана білу, ақпаратты жүйелеу және жинақтау, кәсіби қызмет мәселелері бойынша шолулар, есептер дайындау.</p> <p>КҚ10-Экономикалық білім негіздеріне ие, менеджмент, маркетинг, қаржы және т.б. туралы ғылыми идеяларға ие. Экономиканы мемлекеттік реттеудің мақсаттары мен әдістерін, экономикадағы мемлекеттік сектордың рөлін білу және түсіну.</p> <p>КҚ11-Қазақстан Республикасының құқықтық жүйесі мен заңнамасының негіздерін білу, іскерлік этика нормаларын</p>
--	--	--

		<p>сақтау, мінез-құлықтың этикалық және құқықтық нормалары және сыбайлас жемқорлыққа төзбейтіндігін көрсету.</p> <p>КҚ12-Ғаламдық компьютерлік желілерде ақпаратпен жұмыс істей білу.</p> <p>КҚ13-Шет тілінде кәсіби қарым-қатынас жасау үшін қажетті дағдыларға ие.</p> <p>КҚ14-Тұлға аралық және ұйымдастырушылық байланыстарды тиімді құра білу; ұйымдастырушылық және тұлға аралық байланыс айырмашылығын жеңу, іскери байланыстарды жүзеге асыру: көпшілік алдында сөйлеу, келіссөздер, кездесулер, іскери хат алмасу, электронды байланыс; іскерлік қатынастар саласындағы моральдық талаптарды және этикалық іскерлік практика негізінде моральдық мінез-құлық нормаларын сақтау әдістерін білу.</p> <p>КҚ15-Маркетингтік зерттеулердегі нарықты одан әрі болжау үшін ақпарат жинау, зерттеу әдісін білу.</p> <p><i>Кәсіби мамандандырылған құзыреттіліктер түлектің міндетті болуымен сипатталады (КМҚ):</i></p> <p>КМҚ1-Кәсіпорынның бәсекелес ортасын бағалау мен болжаудың теориялық және практикалық аспектілерін білу; тауар нарығының жағдайын зерттеу мүмкіндігі.</p> <p>КМҚ2-Кәсіпорынның бәсекелестік ортасын бағалау мен болжаудың теориялық және практикалық аспектілерін білу; тауар нарығының конъюнктурасын зерттеу қабілеті;</p> <p>КМҚ3-Перспективалы нысаналы нарықты айқындау қабілеті; нысаналы нарықта қойылған мақсаттар мен міндеттерді шешуді қамтамасыз ететін маркетинг стратегияларын іске асыру мүмкіндігі.</p> <p>КМҚ4-Жаңа бағдарламаларды пайдалана отырып, маркетингтік талдау жүргізу дағдылары; менеджменттің маркетингтік технологиялары мен ерекшеліктерін және оларды индустриялық маркетингте, халықаралық маркетингте, қызметтер маркетингінде меңгеру.</p> <p>КМҚ5-Тауарлардың жіктеу топтарын тани білу, тауарлардың, тауартанудың технологиялық циклінің кезеңдері мен кезеңдерін талдай білу.</p> <p>КМҚ6-Тұтынушылардың мақсатты топтарын тұтыну мен тұтынушылық мінез-құлықтың маңызды белгілері бойынша анықтау мүмкіндігі; маркетингте тұтынушының мінез-құлқын модельдеу дағдыларын қолдану.</p> <p>КМҚ7-Маркетингтік жоспарлауда нарықты сегменттеу, өнімді орналастыру және бенчмаркетинг және бәсекелестік технологияларын қолдана білу.</p> <p>КМҚ8-Қазақстандық және халықаралық нарықтарда жұмыс істейтін жетекші компаниялардың маркетингі мен маркетингтік қызметін дамытудың заманауи бағыттарын білу.</p> <p>КМҚ9-Қазақстандық және халықаралық нарықтарда жұмыс істейтін жетекші компаниялардың маркетингі мен маркетингтік қызметін дамытудың заманауи бағыттарын білу.</p>
--	--	--

		КМҚ10-Халықаралық маркетинг және сыртқы экономикалық операцияларды жүзеге асыру контекстінде шетелдік әріптестермен жұмыс істеу саласындағы білім. КМҚ11-Маркетингтік шешімдерді ұсыну дағдыларына ие болу, компаниядағы маркетингтік өзгерістерді негіздеу және дәлелді түрде дәлелдеу мүмкіндігі; кәсіпорынның инновациялық қызметін басқарудың заманауи тұжырымдамасын және өзгерістер маркетингі туралы жүйелік идеяны білу; инновациялық маркетингтің тиімді технологиялары.
13	Оқу түрі	Күндізгі
14	Оқыту тілі	Қазақша, орысша
15	Кредиттер көлемі	240
16	Берілетін дәреже	«БВ04109-Маркетинг » білім беру бағдарламасы бойынша бизнес және басқару бакалавры
17	Кадрларды даярлау бағытына арналған лицензияға қосымшаның болуы	№ KZ07LAA00033540 от 17.02.2023 года
18	Білім беру бағдарламасының аккредиттеудің болуы	2022 ж. 2 шілдедегі SA-A № 0258/2 Қайта рәсімдеу: 2022 ж. 3 қазан
	Аккредиттеу органының атауы	Білім берудегі сапаны қамтамасыз ету жөніндегі тәуелсіз агенттік (IQAA)
	Аккредиттеу мерзімі	2022 ж. с 18 маусым – 2027 ж. 17 маусым

3. Бітірушінің моделі

№	Өріс атауы	Ескертпе
1	Білім беру бағдарламасының атауы	6B04109 - Маркетинг
2	Берілетін дәреже	«6B04109-Маркетинг » білім беру бағдарламасы бойынша бизнес және басқару бакалавры
3	Дублин дескрипторларымен оқыту нәтижелері	<p>1) халықаралық қатынастар және дипломатия саласындағы озық білімге негізделген әлеуметтік ғылымдар саласындағы білім мен түсінікті көрсету;</p> <p>2) білім мен түсініктерді кәсіби деңгейде қолдануға, дәлелдер тұжырымдауға және әлеуметтік ғылымдар саласындағы мәселелерді шешуге;</p> <p>3) әлеуметтік, этикалық және ғылыми пайымдауларды ескере отырып, пайымдауларды қалыптастыру үшін ақпарат жинауды және түсіндіруді жүзеге асыруға міндетті;</p> <p>4) халықаралық қатынастар және дипломатия саласындағы оқу-практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін теориялық және практикалық білімді қолдануға;</p> <p>5) халықаралық қатынастар және дипломатия саласында одан әрі оқытуды өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқыту дағдылары;</p> <p>6) ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін білуге және оларды әлеуметтік ғылымдар саласында қолдануға;</p> <p>7) халықаралық қатынастар мен дипломатия саласындағы фактілерді, құбылыстарды, теорияларды және олардың арасындағы күрделі тәуелділіктерді білу мен түсінуді қолдану;</p> <p>8) академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің маңыздылығын түсіну.</p>
4	Білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелері	<p>ОН1- Кәсіби қызмет үшін осы тілде сөйлейтіндермен еркін сөйлесуге мүмкіндік беретін көлемде шет тілінде диалог ұйымдастыра білу.</p> <p>ОН2-Ойлау мәдениеті мен дүниетанымы кең тұлғаны қалыптастыруға ықпал ететін жаратылыстану ғылымдарының негізгі негіздерін білу.</p> <p>ОН3-Өмірдің әртүрлі салаларындағы құқықтық және экономикалық білім негіздерін білу.</p> <p>ОН4-Негізгі білімдердің негізін білу, нарықтық үрдістерге және экономиканың дағдарыстық дамуына (бағалардың ауытқуы, инфляция және пайыздық мөлшерлемелер) барабар бағдарлану және тиісті экономикалық құрылымның тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін осы параметрлерді пайдалану.</p> <p>ОН5-Заманауи ақпарат ағындарында шарлау дағдыларын қолдана білу және маркетинг саласындағы динамикалық өзгеретін құбылыстар мен процестерге бейімделу, маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін маркетингтік ақпаратты жинау, сақтау және өңдеу әдістерін қолдану,</p>

		<p>маркетингті жүргізудің кешенді жоспарын құру зерттеу.</p> <p>ОН6-Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық базасын кәсіби деңгейде түсіндіру.</p> <p>ОН7-Экономикалық заңдылықтар туралы білім негіздерін білу, ұйымдардың маркетингтік қызметінің стратегиялары мен тактикасын әзірлеу; күшті және әлсіз жақтарын анықтау, ұйымның бәсекелестік артықшылықтарын анықтау, қолайлы маркетинг құралдарын анықтау және оларды маркетингтік зерттеулер жүргізу үшін қолдана білу, ұйымның әлеуетті қызметкерлерінің имиджін қабылдау бойынша зерттеулер жүргізе алу, тұрақты мониторинг жүргізу. ұйымның бренді туралы пікірлер.</p> <p>ОН8-Өнімнің жаңа түрлерін игеру үшін қаржыландыру көздерін тарта білу және пайдалана білу; ұйымның тауарлары мен қызметтерінің бәсекеге қабілетті ассортиментін анықтау, ұйым брендтерінің құндылығын бағалау, маркетингтік қатынастардың даму перспективаларын және олардың кәсіби қызметінің перспективаларын көру, кәсіпорындағы маркетинг құрылымын оңтайландыру бойынша шараларды ұсыну.</p> <p>ОН9-Ақпараттық өзара әрекеттесу, ақпаратты қабылдау, сақтау, өңдеу, интерпретациялаудың негізгі әдістері мен құралдарын меңгеру, ақпараттық-коммуникациялық технологиялармен жұмыс істеу дағдыларын меңгеру, заманауи ақпараттық бағдарламалар мен корпоративтік ақпараттық жүйелерде бағдарлау дағдыларын қолдану 1 С бухгалтерлік есеп, MS Excel.</p> <p>ОН10-Өнеркәсіптік маркетингте, халықаралық маркетингте, қызмет көрсету маркетингінде маркетингті басқару технологияларын меңгеру, маркетингті жоспарлауда нарықты сегменттеу технологияларын, өнімді позициялау, салыстыру және бәсекелік артықшылықтарды пайдалана білу, жұмыс берушінің қызметін дамыту, дамыту және жылжыту бойынша жұмысты жоспарлай білу. стратегиялық мақсаттар мен операциялық бизнес үлгілерін ескере отырып, бренд.</p> <p>ОН11-Жарнамалық және PR кампанияларын ұйымдастыру және жүргізу, кәсіби сату, ынталандыру әдістерін қолдану, мерчандайзинг, Қазақстанда және халықаралық нарықтарда жұмыс істейтін жетекші компаниялардың маркетингтік және маркетингтік қызметінің дамуының заманауи тенденцияларын білу дағдыларын меңгеру, ең тиімді әдістерді пайдалану. әрбір мақсатты топ үшін байланыс арналарын құру және мүдделі тараптармен серіктестікте жұмыс беруші брендин ілгерілету үшін коммуникация жоспарын әзірлеу.</p> <p>ОН12-Мақсатты аудиторияны анықтаңыз. мақсатты тұтынушылардың мүдделері мен мінез-құлқын зерттеу, аудитория мүдделерінің векторларын анықтау, клиенттің тауашасын талдау, мақсатты аудитория жоғары шоғырланған сайттарды таңдау, компанияның әлеуметтік желілерде қатысуының жалпы стратегиясын әзірлеу,</p>
--	--	--

		оңтайлы болатын құралдарды таңдау клиенттің тапсырмаларын шешу, клиенттерге арналған адалдық бағдарламаларын әзірлеу және оларды әлеуметтік желі беттерінде ұсыну, компанияның веб-сайттарын оңтайландыру құралдарын пайдалану.
5	Кәсіби қызмет саласы	Бизнес және басқару
6	Кәсіби қызмет объектілері	<ul style="list-style-type: none"> - тауарлар мен қызметтерді ішкі және сыртқы нарыққа жылжытумен айналысатын жарнама агенттіктері, - мемлекеттік мекемелер, қызмет көрсету кәсіпорындары (қонақ үйлер, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары, туристік фирмалар, экскурсиялық бюролар), - өндірістік және делдалдық кәсіпорындар, - халықаралық сауда палаталары, - сауда үйлері, - мемлекеттік басқару органдары (Министрліктер, әкімдіктер, олардың өңірлік бөлімшелері мен құрылымдары); - мемлекеттік және жеке компаниялар; - шағын, орта және ірі бизнестің мүлкі, мүліктік кешендері (кәсіпорындар, мекемелер, ұйымдар) және өзге де объектілері; - ұйымдардағы маркетинг мәселелерін зерттеумен айналысатын ғылыми-зерттеу ұйымдары. - сервистік сала мәселелерімен айналысатын мемлекеттік органдарда маркетингті дамыту мәселелері жөніндегі маман; - маркетингтік қызметті ұйымдастыру жөніндегі маман; - инфрақұрылым объектілерінің маркетингологы; - маркетинг индустриясы, маркетингтік қызметтер профиліндегі консалтингтік компаниялардың консультанты.
7	Кәсіби қызмет түрлері	<ul style="list-style-type: none"> - сервистік сала мәселелерімен айналысатын мемлекеттік органдарда маркетингті дамыту мәселелері жөніндегі маман; - маркетингтік қызметті ұйымдастыру жөніндегі маман; - инфрақұрылым объектілерінің маркетингологы; - маркетинг индустриясы, маркетингтік қызметтер профиліндегі консалтингтік компаниялардың консультанты.
8	Кәсіби қызметінің функциялары	Осы ББ бойынша түлектер шаруашылық жүргізуші субъектілердің басқару, кәсіпкерлік, коммерциялық және ғылыми-зерттеу қызметін жүзеге асыруда әртүрлі функцияларды орындай алады.
9	Алдыңғы білім деңгейіне қойылатын талаптар	Орта, орта техникалық және кәсіптік, жоғары
10	ББ салалық біліктілік шеңберінің кәсіби стандарты негізінде әзірленді:	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Бұқаралық ақпарат құралдарында жарнаманы ұсыну» кәсіби стандарты, «Атамекен» ҰКП, 21.12.2022 ж. 2. «Әлеуметтік желілердің менеджменті (SMM)і» кәсіби стандарты, «Атамекен» ҰКП, 26.12.2019 3. «Жұмыс берушінің бренді» кәсіби стандарты,

		«Атамекен» ҰКП, 18.12.2019
--	--	----------------------------

4. Білім беру бағдарламасының картасы

Модульдің коды мен атауы	Пәннің коды мен атауы	Цикл/компонент	Бақылау нысаны	Семестр	ECTS	Пререквизиттер	Постреквизиттер	Пәннің қысқаша сипаттамасы
AGP 01 Әлеуметтік-гуманитарлық пәндер	КТ 1101 Қазақстанның тарихы	ЖБП/ МК	Мемлекеттік емтихан	2	5	Қазақстан тарихы (мектеп курсы)	Философия	Қазақстан тарихы Ежелгі заманнан қазіргі уақытқа дейінгі Қазақстан тарихын дамытудың негізгі кезеңдері туралы объективті білімді қалыптастырады. Білім алушыларды іргелі деректану және тарихнамалық материалдармен, сондай-ақ Қазақстанның қазіргі заманғы тарих ғылымының жетістіктерімен таныстырады. Пән гуманитарлық білім жүйесіндегі Қазақстан тарихының рөлін айқындайды, дамудың қазіргі кезеңінің өзекті мәселелерін талдау үшін Қазақстан тарихының объектісі мен нысанасының ерекшелігін айқындайды. Қазақ халқының этногенезінің негізгі кезеңдерін, ұлы дала аумағындағы мемлекеттік пен өркениет нысандарының эволюциясын тұтас және объективті жариялауға негізделген Қазақстан тарихының ғылыми негізделген тұжырымдамасын құруды айқындайды. Қазіргі Қазақстан тарихының негізгі оқиғалары туралы білімді жүйелеуді қалыптастырады.
	Ғі 2102 Философия	ЖБП/ МК	Емтихан	3	5	Қазақстанның тарихы	Ғылым тарихы мен философиясы (магистратура курсы)	Философия студенттердің ойлауын қалыптастырады, барлық ғылыми пәндердің әдіснамасына үйлестіруші әсер етеді, кәсіби есептерді қою мен шешудің интеллектуалды алгоритмін жасайды. Пән әлемге және ондағы адамның орнына жалпыланған көзқарастар жүйесін дамытады. Студенттерге болмыстың, таным мен сананың жалпы принциптері, адамның әлемге қатынасы, табиғаттың, қоғамның және ойлаудың жалпы даму заңдылықтары туралы білім береді
	ASBM 1106 Әлеуметтік-саясаттану білім модулі (Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология)	ЖБП/ МК	Емтихан	1,2	8	Қазақстан тарихы (мектеп курсы)	Философия	Әлеуметтану қоғамды, адамдар мен қауымдастықтардың өзара әрекеттесуінен туындайтын әлеуметтік құбылыстар кешенін зерттейді. Әлеуметтік объектілердің мінез-құлқына ұтымды түсініктеме береді және әлеуметтік мәселелерді шешу механизмдерін анықтайды. Пәнді оқудағы негізгі бағыттар-жалпы әлеуметтанудың теориялық негіздері, қоғамның әлеуметтік құрылымы, адамның әлеуметтенуі, ауытқу және әлеуметтік бақылау, медицинаның қоғамдағы рөлі, қоғамның әртүрлі салаларындағы әлеуметтік өзгерістер. Мәдениеттану қазақ ұлтының мәдени кодын сақтау мақсатында отандық мәдениет теориясының ерекшелігін зерттейді. Студенттерге дәстүрлі және заманауи мәдени ойдың негізгі бағыттары; Ұлттық материалдық және рухани мәдениеттің әртүрлі салаларындағы негізгі жетістіктер, сондай-ақ қазіргі кезеңдегі отандық мәдениеттің даму тенденциялары туралы білім беріледі. Пән студенттерге қоғамның саяси саласы, Қазіргі Саяси институттар, олардың құрылымы мен жұмыс істеуі, жаңа саяси дүниетанымның әртүрлі идеялық-саяси тұжырымдамалары мен принциптері, әлемдік дамудың қозғаушы күштері туралы

								түсінік береді, сонымен қатар саяси ғылым, жаңа ойлау мен дүниетаным, саяси мәдениет саласында білім алуға бағытталған. Пән студенттерге психологиядағы ұлттық сананы қалыптастыру контекстіндегі тұлға туралы; қазақстандықтың үйлесімді тұлғасын дамыту факторы ретінде тұлғааралық қарым-қатынас туралы; Қоғамдық сананы жаңғырту негізі ретінде тиімді тұлғааралық қарым-қатынас технологиясы туралы түсінік береді; психологиялық зерттеудің негізгі психологиялық ұғымдарын, теориялары мен әдістерін игеруге бағытталған.
	ShT 1103 Шетел тілі	ЖБП/ МК	Емтихан	1,2	10	Шет тілі (мектеп курсы)	Кәсіби- бағдарланған шет тілі	Пән білім беру процесінде тілдік емес мамандықтардың білім алушыларының кәсіби құзыреттіліктерін қалыптастыруға және дамытуға, кәсіби саладағы практикалық тілдік дағдыларды жетілдіру мақсатында теориялық білімдерін кеңейтуге, Кәсіби шет тілінде коммуникативтік-белсенділік операцияларын жүзеге асыруға қабілетті көптілді тұлға ретінде болашақ маманды дамытуға бағытталған.
	К(О)Т 1104 Қазақ (Орыс) тілі	ЖБП/ МК	Емтихан	1,2	10	Қазақ (орыс) тілі (мектеп курсы)	Кәсіби қазақ (орыс) тілі	Пән ұлттық сана мен интернационализм қасиеттерінің мәдени коды негізінде дамуды, әлемдік деңгейдегі білімнің трансляторы ретінде әлемдік мәдениеттер мен тілдерге толерантты қатынасты, озық заманауи технологияларды қолдануды және трансферттеуді қамтамасыз етуге қабілетті, рухани жаңғырудың жалпыұлттық идеясы контекстінде студенттердің әлеуметтік-гуманитарлық дүниетанымын қалыптастырады.еліміздің жаңғыруы және болашақ мамандардың жеке мансаптық өсуі. Бағдарламаның міндеттері: деңгейлік дайындыққа сәйкес сөйлеу әрекетінің түрлерін сәтті игеру; тұрмыстық, әлеуметтік-мәдени, кәсіби қарым-қатынастың әртүрлі жағдайларында тілді меңгеру дағдыларын қалыптастыру және жетілдіру; коммуникативтік мақсатқа және қарым-қатынастың кәсіби саласына сәйкес ауызша және жазбаша сөйлеуді өндіру дағдыларын қалыптастыру.
	ІКТ 1105 Ақпараттық- коммуникациялық технологиялар	ЖБП/ МК	Емтихан	1	5	Информатика (мектеп курсы)	Сандық маркетинг	"Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар" пәні ақпаратты іздеу, сақтау және өңдеу процестерін, әдістерін, цифрлық технологиялар арқылы ақпаратты жинау және беру тәсілдерін сыни бағалау және талдау қабілетін қалыптастырады. Студенттерге компьютерлік жүйелер, операциялық жүйелер мен желілер архитектурасының тұжырымдамалық негіздерін игеруге көмектеседі. Желілік және веб-қосымшаларды әзірлеу тұжырымдамалары, ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету құралдары және кәсіби қызметтің әртүрлі салаларында, ғылыми және практикалық жұмыстарда, өзін-өзі тәрбиелеу және басқа мақсаттарда заманауи ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолдану дағдылары туралы білімді қалыптастыруға ықпал етеді.
	DSh 1107 Дене шынықтыру	ЖБП/ МК	Емтихан	1,2	8	Дене шынықтыру (мектеп курсы)	Производственная практика	Пән студенттердің әлеуметтік-жеке құзыреттерін және кәсіби қызметке дайындалу үшін денсаулықты сақтауды, нығайтуды қамтамасыз ететін дене шынықтыру құралдары мен әдістерін мақсатты пайдалану қабілеттерін қалыптастырады; болашақ еңбек қызметінде физикалық күш-жігерді, жүйке-психикалық стрессті және қолайсыз факторларды тұрақты көтеруге. Міндеттері: денсаулықты сақтау және оңтайлы кәсіби жұмысқа қабілеттілікті қолдау үшін өмірлік маңызды физикалық қасиеттерді дамытуда дене шынықтыру мен спортты пайдалану туралы базалық ғылыми-негізделген білім беру; дене шынықтыруға мотивациялық-құндылық қатынасты және дене шынықтыру мен спортпен жүйелі түрде айналысу қажеттілігін қалыптастыру; денсаулықты нығайту,

								катаю және дененің қолайсыз еңбек факторларының әсеріне төзімділігін арттыру тәрбиелеу; тәртіпті, ұжымшылдықты, жолдастық өзара көмекті тәрбиелеу; ақыл – ой тұрақтылығын, өзіне деген сенімділікті, берілгендікті, батылдық пен шешімділікті, бастамашылықты, табандылық пен табандылықты, төзімділік пен өзін-өзі ұстауды тәрбиелеу; негізгі моторлық қасиеттерді-төзімділікті, күшті, жылдамдықты, ептілікті, икемділікті дамыту және жетілдіру
ЕЕГК 03 Экономика, экология, ғылым және құқық	KSZhKMN 2108 Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	ЖБП / ТК	Емтихан	4	5	Адам және қоғам (мектеп курсы)	Еңбек құқығы	Пән-бұл құқықтың негізгі салаларын (конституциялық, әкімшілік, азаматтық, қылмыстық және т.б.) біріктіретін, сондай-ақ белгілі бір құқықтық нормалардың рөлі туралы түсінік беретін және нақты құқықтық мәселелер мен мәселелерді қарастыратын қоғамға қарсы құбылыс ретінде сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл бойынша білім жүйесі мен азаматтық ұстанымды қалыптастыратын пәнаралық білім жүйесі.
	RZh 2108 Рухани Жаңғыру					Қазақстанның тарихы	Іскерлік байланыс және іс жүргізу	Пән ұлттық мәдениеттің, дәстүрлер мен әдет-ғұрыптардың проблемаларын жалпы тарихи контексте қамтиды, студенттерге қазақ халқының рухани әлемінің тарихы мен мазмұнын, қазақ халқының мәдени дамуындағы заңдылықтар мен тенденцияларды ашу пәнаралық интеграция, ізгілендіру бағытында тарихты оқытудың университеттік жүйесін жетілдірудің объективті кешіктірілген қажеттіліктерінен туындайды.
	EKN 2108 Экономика және кәсіпкерлік негіздері					Экономикалық теория	Кәсіпкерлік	Пән болашақ мамандарда экономика негіздерін және нарықтық жағдайда кәсіпкерлік істі жүргізуді қалыптастырады. Пәнді зерделеу пәні Кәсіпкерлік іс әдістерін қолдану, қазіргі әлемдегі кәсіпкерліктің даму тенденциясы мен рөлін, Бизнесстің ұйымдастырушылық және қаржылық негіздерін, кәсіпкерлік қызметті мемлекеттік реттеуді ашу, сондай-ақ нарықтық конъюнктураны талдаумен, нарықтық экономиканың жұмыс істеу тетіктерімен танысу болып табылады.
	ETK 2108 Экология және тіршілік қауіпсіздігі					Адам және қоғам (мектеп курсы)	Қорытынды аттестаттау	Пән экологиялық мәселелерді шешудің негізгі тәсілдерін, көлік кәсіпорындарының қоршаған ортаны ластау көздері мен түрлерін, қоршаған ортаға зиянды әсерді азайту әдістерін зерттейді. Табиғи және техногендік сипаттағы төтенше жағдайлар, олардың себептері алдын алу және қорғау әдістері. Құтқару және басқа да шұғыл жұмыстарды жүргізу, төтенше жағдайлар кезіндегі адамдардың мінез-құлық ережелері
	GZN 2108 Ғылыми зерттеулердің негіздері					Қаржылық сауаттылық	Қорытынды аттестаттау	Пән ғылыми-зерттеу қызметінің теориялық және әдіснамалық негіздері, ғылыми-зерттеу қызметін орындау ережелері, әртүрлі зерттеу жұмыстарының нәтижелерін рәсімдеу әдістері мен ұсыну тәртібін меңгеру және курстық жұмыс пен дипломдық зерттеуді жазуда, сондай-ақ болашақ кәсіби қызмет үшін осы дағдыларды пайдалану туралы жалпы түсініктерді қалыптастырады.
ESN 04 Экономика және статистика негіздері	ET 1202 Экономикалық теория	БП/ЖК	Емтихан	1	4	Экономика (мектеп курсы)	Микроэкономика, Макроэкономика	Экономикалық теорияны оқу мақсаттарына мыналар жатады: экономикалық принциптерді түсіну; шешімдерді талдау; экономикалық жүйелерді түсіну Экономикалық теорияны зерттеу нарықтық экономика, жоспарлы экономика және аралас экономика сияқты әртүрлі экономикалық жүйелерді түсінуге көмектеседі. Ол сондай-ақ нарықтың қалай жұмыс істейтінін, үкіметтің рөлін және экономикалық белсенділікке әсер ететін басқа факторларды зерттейді. Бұл студенттердің экономиканы ғылым ретінде, оның негізгі принциптері мен қызмет ету механизмдері туралы түсініктерін дамытуға мүмкіндік береді. Экономикалық теорияны оқу экономикалық процестерді талдауға және болжауға, ұтымды шешімдер қабылдауға

							және шаруашылық қызметке саналы түрде қатысуға көмектеседі.
ЕМ 1203 Экономикадағы математика	БП/ ЖК	Емтихан	1	5	Математика (мектеп курсы)	Қаржылық сауаттылық	Пән студенттердің теориялық білімін, экономикалық есептерді модельдеуге, талдауға және шешуге көмектесетін математика мәселелері бойынша практикалық дағдыларын қалыптастырады, студенттерге маман ретінде студенттердің Болашақ қызметі саласындағы процестер мен құбылыстарды зерттеуге және болжауға мүмкіндік беретін математикалық әдістерді игеруге көмектеседі
Мік 1209 Микроэкономика	БП/ ЖК	Емтихан	2	5	Экономикалық теория	Макроэкономика	Пән қазіргі экономиканың жұмыс істеу тетігін зерделеуді, жекелеген экономикалық субъектілердің, тұтынушылардың, өндірушілердің, ресурстар иелері мен жекелеген фирмалардың шешім қабылдау себептерін, сондай-ақ нарықтар мен өнеркәсіп салаларын қалыптастыратын тұтынушылар мен фирмалардың өзара іс-қимыл нысандарын түсінуді көздейді.
Мак 2212 Макроэкономика	БП/ ЖК	Емтихан	3	5	Микроэкономика	Маркетинг	Пән өндіріс көлемі, Жұмыспен қамту, инфляция сияқты макроэкономикалық функцияларды қолданудың экономикалық талдауына кіріспе болып табылады. Макро пәннің маңызды элементтеріне макроэкономикалық өзгерістерді өлшеу, экономикалық өзгерістердің мінез-құлқын түсіндіру үшін модельдер мен теорияларды әзірлеу, әртүрлі модельдерді бағалау кезінде эмпирикалық деректерді пайдалану және макроэкономикалық нәтижелерде қолдануға ұмтылудағы мемлекеттік саясаттың рөлі жатады. Пән экономиканың жұмысын және факторлар мен шаруашылықтар, бизнес және ерекшеліктер арасындағы Әртүрлі өзара әрекеттесулерді ашудың барлық аспектілерін қарастырады.
Стат 2213 Статистика	БП/ ЖК	Емтихан	3	5	Экономикадағы математика	Кәсіпорын экономикасы	Пән әлеуметтік – экономикалық құбылыстардың сандық және сапалық көрсеткіштерін және олардың заңдылықтарын жинаудың, өңдеудің және талдаудың жалпы принциптерін, әдістерін, әдістерін зерттейді. Статистиканың жалпы теориясының әдістерін қолданады. Орташа шамаларды бақылау, топтастыру, сұрау және есептеу арқылы, өйткені бұл менеджерге алынған деректерді дұрыс пайдалануға және басқарушылық шешімдерді уақтылы қабылдау үшін қажетті экономикалық процестерді модельдеу және болжау үшін жүргізілген талдаудан туындайтын ұтымды қорытындыларды тұжырымдауға көмектеседі.
Мен 2214 Менеджмент	БП/ ЖК	Емтихан	3	5	Экономикалық теория	Жобаны басқару	Пән кәсіпорынды ұйымдастыру мен басқарудың негізгі қағидаттары мен әдістерінің бірі бола отырып, кәсіпорындарды басқарудың теориясы мен тәжірибиесі негіздерін, менеджменттегі шешімдерді қабылдау үдерістерін басқарудың негіздері мен принциптерін қарастырады, нарықтың экономикалық қатынастарын қалыптастыру үшін жаңа білімді, мамандар даярлауды талап етеді. Сонымен қатар, түбегейлі жаңа міндеттерді шешу үшін заманауи құралдарға сүйенеді.
Мар 2215 Маркетинг	БП/ ЖК	Емтихан	4	4	Менеджмент	Маркетингтік зерттеулер	Пән жаңа өнімдер мен қызметтерді дамыту, баға белгілеу саясатын әзірлеу, тұтынушыларға өнімдерді ілгерілету және жеке тұлғалар мен ұйымдардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған дайын өнімдер мен қызметтерді сатуға арналған жоспарлау және басқару қызметін зерттеу және зерттеу жұмыстарын қарастырады және оқытады.

NK 05 Негізгі кәсіби	BEN 2210 Бухгалтерлік есеп негіздері	БП/ ЖК	Емтихан	3	5	Экономикада ағы математика	Қаржы	Пән бухгалтерлік есептің пайда болу және даму тарихын, нормативтік – құқықтық базаны зерттейді және ХҚЕС-ке сәйкес бухгалтерлік есептің, құжат айналымын жүргізудің және бастапқы құжаттаманы толтырудың нысандары мен әдістері туралы түсінік береді. Онда принциптер, негізгі ұғымдар, бухгалтерлік есеп әдісінің элементтері, бастапқы құжаттарды әдістемелік өңдеу және шоттарды дайындау процесі бар. Бухгалтерлік есептің негізгі теориялық негіздерін қарастырады және кәсіби ойлауды дамытады.
	Kar 2211 Қаржы	БП/ ЖК	Емтихан	4	4	Қаржылық сауаттылық	Кәсіпкерлік	Пән қаржының негізгі тұжырымдамаларын, қаржылық қатынастардың ерекшеліктерін және қаржы жүйесінің байланыстарының құрамын зерттейді. Курс уақыт факторын ескере отырып, ақша ағындарын зерттеуге және жеке жинақтарды басқару, қаржылық пайданы қамтамасыз ету және болашақта табысты қызметті құру бойынша қаржылық шешімдер қабылдауға бағытталған. Өзекті тақырыптар келесідей зерттеледі: бизнесті ұйымдастырудың қаржылық аспектілері, акциялар мен облигацияларды бағалау, капиталдың құрылымы мен құны, сондай-ақ ақшаның уақытша құны, қаржылық есептілікті, фирма иелерінің тәуекелі мен төлем қабілетсіздігін талдау негізінде ақша ағынын бағалау.
	KS 2201 Қаржылық сауаттылық	БП/ ЖК	Емтихан	3	5	Экономикалық теория	Қаржы	Пән болашақ мамандардың жеке қаржылық жоспарлау, қаржы ұйымдарының қызметтерін, қаржылық алаяқтықты, зейнетақымен қамсыздандыруды, сақтандыруды, салықтық жоспарлауды, банктерді және банктік қызметті пайдалана отырып, кірістерді ұлғайту саласындағы теориялық және практикалық білімдерін пайдалана білуін қалыптастырады.
	OT 2205 Оқу тәжірибе	БП/ ЖК	сараланған сынақ	4	2	Маркетинг	Маркетингті басқару	Оқу практикасы болашақ кәсіби қызметпен байланысты жұмыстардың белгілі бір түрлерін орындау процесінде практикалық дағдыларды, құзыреттерді қалыптастыруға, бекітуге, дамытуға бағытталған оқу іс-әрекетінің түрін қалыптастырады.
Kuk 06 Құқық	EK 3207 Еңбек құқығы	БП/ ЖК	Емтихан	6	5	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	Жобаны басқару	Пән қызметкерлердің жалдамалы еңбегін пайдалану процесінде қалыптасатын осындай әлеуметтік қатынастарды, сондай-ақ еңбекпен тығыз байланысты бірқатар басқа қатынастарды қарастырады. Пәннің мақсаты білім алушылардың Қазақстан Республикасының еңбек заңнамасы саласында білім алу; заңнамамен жұмыс істеу дағдыларын игеруі, еңбекті реттеу саласында, тәжірибеде туындайтын қиын жағдайларда бағдарлай білуі, алған білімдерін қолдану дағдыларын меңгеруі болып табылады.
	IBIZh 3208 Іскерлік байланыс және іс жүргізу	БП/ ЖК	Емтихан	5	4	Қазақ (Орыс) тілі, Шетел тілі	Бизнес ағылшын	Пән білім алушылардың коммуникативтік құзыреттілік деңгейін арттырады және олардың кәсіпорынның, ұйымның, фирманың істерін жүргізудің маңызды бөлігі болып табылатын мемлекеттік тілде іскерлік қарым-қатынас пен іс жүргізу жүйелерін қалыптастыру және дамыту ерекшеліктері туралы түсінік алады. Пәннің міндеттері: әр түрлі персонал топтары, іскер серіктестер арасында іскерлік және шығармашылық байланыстар орнату арқылы еңбек тиімділігін арттыру; әрбір білім алушыға хаттаманың, этикеттің және іскерлік қарым-қатынас технологиясының күрделі мәселелерінде бағдарлануға мүмкіндік беретін білім алу; тілдік, коммуникативтік және этикалық нормаларға сәйкес сөйлеу қабілетін дамыту; өз сөзін оның көзқарасы бойынша талдау нормативтілік, орындылық және орындылық; кәсіби салада өзінің

								ауызша және жазбаша сөйлеуіндегі қателер мен кемшіліктерді жою; іскерлік коммуникация саласындағы мазмұны, нысандары және мәдениетаралық ерекшеліктері туралы түсініктер; іскерлік қарым-қатынастың ауызша және жазбаша стратегияларын түсіну; ұйымдастырушылық-өкімдік құжаттарды ресімдеу үшін практикалық дағдыларды әзірлеу.
	MZ 3301 Маркетингтік зерттеулер	БП/ ЖК	Емтихан	5	5	Маркетинг	Тәжірибелік маркетинг	Пән тұтынушылардың, делдалдардың, жеткізушілердің, бәсекелестердің және тұтастай алғанда нарық конъюктурасын зерттеу қажеттілігін алдын ала анықтайды. Маркетингтік зерттеулердің сенімді нәтижелері корпоративті (портфолио, өсу, бәсекеге қабілетті), функционалдық және аспаптық стратегияларды негізге ала отырып, тәуекелділікті төмендетуге мүмкіндік береді. Маркетингтік зерттеулердің негізгі мақсаты - нарық қатысушыларының бәсекелестік артықшылықтарын арттыра отырып, объективті ақпаратпен және талдау материалдарымен қамтамасыз ету
	Кас 3302 Кәсіпкерлік	БП/ ЖК	Емтихан	5	5	Экономикалық теория	Маркетинг жүйесіндегі жарнама	Пән кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыру процесін, кәсіпкерліктің мәнін, мазмұны мен функцияларын, оны ұйымдастыру принциптерін, кәсіпкерліктің ұйымдық-құқықтық нысандарын және олардың ерекшелігін зерделейді, бизнес-жоспарларды жасау және әзірлеу әдістемесін, тәуекелдердің ұғымы мен түрлерін, оларды сыныптауды, кәсіпкерлік тәуекелдерді бағалау әдістерін қарайды, кәсіпкерлік қызметті қалыптастыру және қаржыландыру көздерін, кадрлық қамтамасыз етуді, кәсіпкерлік мәмілелерді ұйымдастыруды, коммерциялық құпияның мәні мен оны қорғау тәсілдерін талдайды.
	АР 2216 Әлеуметтік психология	БП/ ЖК	Емтихан	4	5	Әлеуметтік-саясаттану білім модулі (Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология)	Тұтынушылардың мінез-құлқы	Пән әлеуметтік психологияны психологияның әлеуметтік топтарға қосылуына байланысты адамдардың мінез-құлқы мен іс-әрекетінің заңдылықтарын, сондай-ақ топтардың психологиялық сипаттамаларын зерттеуге арналған саласы ретінде қарастырады
	МВ 3304 Маркетингті басқару	БП/ ЖК	Емтихан	6	5	Маркетинг	Тәжірибелік маркетинг	Пән маркетингті басқаруды іс-қимыл процесі ретінде қарастырады (нарықтық мүмкіндіктерді талдау, перспективалық мақсатты нарықты анықтау, маркетингтік стратегияны қалыптастыру), бірге кәсіпорында маркетинг тұжырымдамасын жүзеге асыруды қамтамасыз етеді. Кәсіпорындағы маркетингті басқару материалдық, қаржылық және басқа ресурстарды барынша тиімді пайдалануды қамтамасыз етуге бағытталған.
	ВА 3217 Бизнес ағылшын	БП/ ЖК	Емтихан	6	5	Шетел тілі	Тәжірибелік маркетинг	Пән кәсіби қызметпен байланысты лексика мен грамматиканы, сөйлеу этикетінің реплик-клишесін, кәсіби терминологияны, бизнес серіктестермен немесе әлеуетті клиенттермен диалог жүргізу ережелерін, іскерлік хаттардың құрылымы мен дизайнын, іскерлік хаттардың түрлерін, шет елдердің бизнес-мәдениеттерінің ерекшеліктерін, бизнес түрлерін, коммуникация ерекшеліктерін және болашақта бизнесті дамытудың ықтимал бағыттарын, электрондық коммуникацияның тілдік және мәдени ерекшеліктерін зерттейді.

	KShShO 2219 Көрсетілім шеберлігі мен шешендік өнер	БП/ЖК	Емтихан	4	6	Қазақ (Орыс) тілі	Жобаны басқару	Пән келесі сұрақтарды қарастырады: шешен мен аудиторияның психологиялық қарым-қатынас механизмі, аудиторияда оратордың сөйлеу мәнері, оның сөйлеу факторлары, ережелері және тиімділігі, ауызша және ауызша емес сөйлеу мәнері, оратордың сыртқы мінез-құлық бейнесі, аудиторияның ораторды қабылдауы, оратордың даралануы, алғашқы әсер, оратордың аудиториядағы қимыл қозғалысы, аудиториядағы толқынысты жеңу
	ОТ I 3206 Өндірістік тәжірибе I	БП/ЖК	сараланған сынақ	6	3	Маркетингтік зерттеулер	Тәжірибелік маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Маркетингтік бақылау	Өндірістік практика I студенттердің практикалық даярлығына тікелей бағытталған және олардың кәсіби дағдылары мен кәсіби тәжірибесін алуға бағытталған оқу іс-әрекетінің түрін қалыптастырады.
МК 08 Маркетинг кешені	ТМ 4305 Тәжірибелік маркетинг	БП/ЖК	Емтихан	7	5	Маркетинг, Маркетингтік зерттеулер	Қорытынды аттестаттау	Пән әртүрлі салалардағы кәсіпорындардың теориясы мен практикасындағы маркетингтің негізгі элементтерін зерттеуді қамтиды. Маркетингтік қызметті жүзеге асырудың принциптері мен әдістерін сипаттау практикалық бағытқа ие және өнімдер мен қызметтерді өндіру мен сатудың кез-келген саласында қолдануға арналған. Фирмалардың қызметінде практикалық маркетингті қолдану тиімді баға, тауар саясатын жүргізуге және өз қызметтерін нарыққа шығаруға мүмкіндік береді.
	ККМ 3303 Қызмет көрсету маркетинг	БП/ЖК	Емтихан	5	6	Маркетинг	Индустриалдық маркетинг	Қызметтерді ілгерілету және сәтті сату үшін стратегиялар мен тактикаларды әзірлеумен және қолданумен айналысатын пән. Тауар маркетингінен айырмашылығы, қызмет маркетингі материалдық тауарларға емес, қызметтерді ұсынуға және жеткізуге байланысты нақты аспектілерге назар аударады. Пәннің негізгі мақсаты әртүрлі қызмет түрлеріне сұранысты құру және қанағаттандыру болып табылады. Қызмет маркетингі сонымен қатар клиенттің тәжірибесін басқаруды қамтиды.
	МК 4306 Маркетингтік коммуникация	БП/ЖК	Емтихан	7	5	Маркетинг, Менеджмент	Қорытынды аттестаттау	Пән маркетингтік коммуникацияларды маркетингтік коммуникацияның негізгі құралдары ретінде қарастырады: қоғаммен байланыс жарнамасы, сатуды ынталандыру, тікелей маркетинг, сауда, оқиғалар маркетингі және т.б. коммуникациялық маркетингтік бағдарламаларды бюджеттеу саласында шешім қабылдау үшін талдау және база құру.
	ОТ II 4307 Өндірістік тәжірибе II	БП/ЖК	сараланған сынақ	6	3	Маркетингтік зерттеулер	Тәжірибелік маркетинг, Стратегиялық маркетинг, Маркетингтік бақылау	Өндірістік практика II кәсіптік саладағы теориялық білімдерін кеңейтуге және тереңдетуге бағытталған; өндіріспен, кәсіпорынның нормативтік құжаттарымен таныстыру; нақты кәсіби қызмет түрлерімен, оның функцияларымен және қызметкерлердің міндеттерімен таныстыру
МЗНО 09 Маркетинг жүйесіндегі өнім	TN 3218 Тауартану негіздері	БП/ТК	Емтихан	6	6	Маркетинг	Индустриалдық маркетинг	Пән – негізгі сауда-саттық түсінігін, сауда-саттық қызметінің объектілері, субъектілерін және әдістерін; сауда-саттық сипатының қалыптасуы және тауарлардың сақталуы факторларын қарастырады. Өнім туралы ақпарат құралдарына: тауарға ілеспе құжаттар мен таңбалау, оның ішінде ақпараттық белгілерге ерекше назар аударылады
	ААТТЗ 3218 Азық-түлік және азық-түлік емес					Статистика, Маркетинг	Маркетингтегі PR, Жаһандық	Пән қазіргі сауда жағдайында коммерциялық жұмыс үшін қажетті азық-түлік және азық-түлік емес тауарлар туралы ассортиментті қарастырады. Ассортименттік позицияларды талдау кезінде, тауарлар ассортиментін қалыптастыру кезінде сауда

	тауарларды тауарлық зерттеу						маркетинг	мамандарына қажетті маңызды тауар топтары туралы ақпаратты меңгеру.
	ІМ 3222 Инновациялық маркетинг	БП/ ТК	Емтихан	5	5	Жобаны басқару	Маркетинг жүйесіндегі жарнама	Пән - маркетингтік инновацияларға арналған негізгі маркетингтік құралдардың тұжырымдамасын, жаңа өнімдердің өндірісін ұйымдастыру және басқару әдістерін қарастырады, нарық жағдайында инновациялық жобалардың тиімділігін бағалаумен, сондай-ақ инновациялық менеджменттің қазіргі заманғы тұжырымдамаларын, инновациялық маркетингтің ең тиімді технологияларын ашып көрсетеді
	ІМ 3222 Инновациялық менеджмент					Менеджмент	Маркетингтегі PR, Коммерциялық маркетинг	Пән инновациялық үдеріс, инновациялық менеджменттің түрлі аспектілері бойынша зерттеулер, сондай-ақ корпоративтік инновациялық стратегияларды талдау ағдыларын игеру инновациялық жобалардың тиімділігін бағалау және олардың ықтимал нысандарын іздеу қаржыландыру
	MZhZh 4220 Маркетинг жүйесіндегі жарнама	БП/ ТК	Емтихан	8	5	Кәсіпкерлік, Инновациялық маркетинг	Қорытынды аттестаттау	Пән насихаттау, алға жылжу элементі ретінде қарастырылады. Жарнаманы басқа элементтермен байланыстыру қажеттілігі туындайды. Маркетингтік коммуникациялар жүйесіндегі жарнама ақпарат функциясыны ғана емес, сонымен қатар коммуникативті жүйені атқарады. Осылайша, өнімнің «кері байланыс» нарығын қамту және жарнамаға жататын, тауарлар қозғалысын барынша бақылау
	MPR 4220 Маркетингтегі PR					Азық-түлік және азық-түлік емес тауарларды тауарлық зерттеу, Инновациялық менеджмент, Маркетингтік жоспарлау, Жаһандық маркетинг	Қорытынды аттестаттау	Пән осы ұйымның табысын қалыптастыру мүмкіндігі бар, ұйым мен қоғам арасындағы екі жаққа тиімді тығыз байланысты орнатуға бағытталған басқару іс-әрекетін қарастырады.
КМ 10 Кәсіби маркетинг	ZhB 4310 Жобаны басқару	БП/ ТК	Емтихан	7	6	Көрсетілім шеберлігі мен шешендік өнер, Менеджмент	Маркетингті бақылау	Пән жобалық менеджменттің мәні мен құралдарымен таныстырады, бұл жоба тобын басқару, белгілі бір жобаны бюджет шегінде белгілі бір уақытта орындау үшін жабдықтарды, материалдарды, қаржы құралдарын және кестелерді үйлестіру және Тапсырыс берушінің (тұтынушының) қанағаттануы бойынша білікті шешім қабылдауға мүмкіндік береді.
	ZhZhTB 4310 Жобаның жұмысының тиімділігін					Микроэкономика, Статистика	Маркетингті бақылау	Пән жобалық қызметтің құқықтық негізін зерттейді. Қарапайым бизнес идеялар мен ұсыныстарды бағалау. Инвестициялық жобалардың өміршеңдігін бағалау. Кірістілік, кірістілік және өтемақы. Инвестициялық жобаларды бағалау көрсеткіштері тәуекелдерді есепке алу. Инфляция инвестициялық жобаларды бағалау. Жоба

бағалау							жұмысының тиімділігін бағалау
ТМ 4312 Тактикалық маркетинг	БП/ ТК	Емтихан	7	4	Маркетинг	Индустриал дық маркетинг	Пән маркетингтік қызметтің бұрын тұжырымдалған қысқа мерзімді (алдағы 1-1, 5 жылға) мақсаттарына қол жеткізуге болатын іс-шаралар кешенін әзірлеумен байланыс ретінде қарастырылады. Тактикалық маркетингтің негізгі міндеті-әлеуетті клиенттердің назарын аудару және оларды сатып алуға ынталандыру. Ол сату көлемін ұлғайту, бренд туралы хабардарлықты арттыру және сұраныс сәтін құру сияқты қысқа мерзімді мақсаттарға бағытталған.
MZh 4312 Маркетингтік жоспарлау					Маркетинг	Маркетингті егі PR, Коммерциял ық маркетинг	Пән компанияның нарықтағы мақсаттарына жетуге бағытталған маркетингтік стратегиялар мен тактикаларды әзірлеу және іске асыру процесін зерттейді. Пән мыналарды қамтиды: нарықты талдау; нарықты және бәсекелестік ортаны зерттеу, тұтынушылардың қажеттіліктері мен талаптарын бағалау, нарықтық тауашаны және компания үшін әлеуетті мүмкіндіктерді анықтау; мақсатты аудиторияны анықтау; мақсатты аудиторияның сипаттамалары мен қажеттіліктерін анықтау, нарықты сегменттеу, компания үшін ең тартымды сегменттерді таңдау; маркетингтік стратегияларды әзірлеу; маркетингтік қоспаны анықтау; маркетингтік әрекеттердің тиімділігін бағалау; маркетингті жоспарлау маркетингтік күш-жігерді оңтайландыруға және инвестицияланған қаражаттың максималды әсеріне қол жеткізуге бағытталған.
НМ 4313 Халықаралық маркетинг	БП/ ТК	Емтихан	7	5	Маркетинг	Индустриал дық маркетинг	Пән халықаралық маркетингті халықаралық нарық субъектілерінің серіктестік қатынастардың өсуі мен кеңеюі, өндірістік мүмкіндіктердің артуы, тауар ассортименті мен нарықтық сұраныс құрылымының жылдам жаңаруы сияқты процестерге реакциясы ретінде қарастырады.
ZhM 4313 Жаһандық маркетинг					Азық-түлік және азық- түлік емес тауарларды тауарлық зерттеу	Маркетингті егі PR, Коммерциял ық маркетинг	Пән жаһандық маркетингті Халықаралық маркетинг тұжырымдамаларының бірі ретінде қарастырады. Жаһандық маркетинг стратегиясы әртүрлі елдердің нарықтарын сипаттайтын параметрлердің ұқсастығы негізінде жасалады. Осының арқасында маркетинг кешенін стандарттауға болады, бұл шығындарды айтарлықтай азайтуға ықпал етеді.
ІМ 4315 Индустриалдық маркетинг	БП/ ТК	Емтихан	8	5	Жобаны басқару, Тауартану негіздері, Тактикалық маркетинг, Халықаралы қ маркетинг	Қорытынды аттестаттау	Пән индустриялық маркетингті ұйымдарға экономикалық операцияларды кеңейту, нарықта алға жылжу, қазіргі жағдайда пайда табу үшін қажет маркетинг түрі ретінде қарастырады кәсіпорындар өнеркәсіптік нарықтардағы дербес экономикалық бірліктер болып табылады, әртүрлі өндірістік қажеттіліктер мен қажеттіліктер үшін өнімді сатады және сатып алады. Сатып алушы мен сатушы ретінде кәсіпорын жеткізушілерді таңдау, тауарлардың сапасы, жеткізілім көлемі, сақтау шарттары, тауарлық-материалдық құндылықтар деңгейі туралы көптеген шешімдер қабылдауы керек
КМ 4315 Коммерциялық маркетинг					Инновациал ық менеджмен, Маркетингті к жоспарлау, Жаһандық	Қорытынды аттестаттау	Пән өндірушіден өнімді сатып алушыға дейін маркетингтік арнаның (дистрибутивтік тізбектің) қатысушыларымен өзара іс-қимылдың тиімділігін арттыруға бағытталған шаралар кешені ретінде қарастырылады. Пәннің негізгі міндеті - студенттерге оқу клиенттерді тарту және сақтау, сатуды арттыру және пайданың өсуін қамтамасыз ету. Осы мақсаттарға жету үшін маркетингшілер нарықтық зерттеулер жүргізеді, мақсатты аудиторияның қажеттіліктері мен қалауларын зерттейді, бәсекелестерді талдайды, маркетингтік стратегиялар мен жоспарларды әзірлейді, бағаны анықтайды, сәйкес сату

						маркетинг		арналарын таңдайды және жарнама, PR белсенділігі, интернет-маркетинг және басқа құралдар арқылы тауарларды немесе қызметтерді жылжытады.
	ESKB 2221 Экономикалық саладағы құқық бұзушылықтар	БП/TK	Емтихан	4	4	Экономикалық теория	Еңбек құқығы	Пән экономикалық қызмет саласындағы құқық бұзушылықтың қылмыстық-құқықтық сипаттамалары мен ерекшеліктерін зерттейді. Сондай-ақ қылмыстық-құқықтық жазаларды тағайындау түрлері мен тәртібі және қылмыстық жауаптылықтан босату тәртібі.
	SM 2221 Сандық маркетинг					Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, Маркетинг	Қызмет көрсету маркетинг	Пәннің мақсаты-білім алушылардың цифрлық маркетинг стратегиясын әзірлеу қабілетін қалыптастыру. Мыналар зерделенеді: әлеуетті клиенттерді тарту және оларды тұтынушылар ретінде ұстау үшін цифрлық технологияларды пайдаланатын тауарлар мен қызметтердің мақсатты және интерактивті маркетингінің негіздері, цифрлық контекстегі маркетинг, статистикалық және маркетингтік ақпаратты жүйелеу және талдау, цифрлық маркетинг құралдарын қолдану бойынша стратегиялық шешімдер, цифрлық маркетинг кезінде өнімді орналастыру, коммуникация бойынша стратегиялық шешімдер. Сандық маркетингтің негізгі міндеттері-брендті жылжыту және әртүрлі әдістердің көмегімен сатуды арттыру.
	ТМК 3314 Тұтынушылардың мінез-құлқы	БП/TK	Емтихан	6	6	Әлеуметтік психология, Микроэкономика	Қорытынды аттестаттау	Маркетинг саласы ретінде пән сатып алушылар мен тұтынушылар, сатып алушылар топтары (тұтыну нарығында) және ұйымдар (корпоративтік нарықта) арасында тауарларды, қызметтерді, идеяларды таңдау немесе сатып алу және пайдалану процесін зерттейді. Тұтынушының мінез-құлқын зерттеу адамдардың неліктен белгілі бір өнімдерді немесе қызметтерді таңдайтынын, өнімнің сапасы мен құндылығын қалай бағалайтынын, сатып алу туралы шешім қабылдауға қандай факторлар әсер ететінін және олардың маркетингтік стратегиялар мен жарнамалармен өзара әрекеттесуін түсінуге көмектеседі. Бұл пән тұтынушылық мінез-құлықты талдау үшін психология, әлеуметтану, антропология және экономика әдістерін қолданады.
	Nei 3314 Нейромаркетинг					Әлеуметтік психология	Қорытынды аттестаттау	Пән - адам миының маркетинг пен жарнамамен байланысын зерттейтін іс -шаралар жиынтығын зерттейді. Зерттеу нәтижелері тұтынушының логикасын, оның ынталандыруға реакциясын мидағы процестерді өлшеу арқылы жақсырақ болжауға мүмкіндік береді.
	KE 3204 Кәсіпорын экономикасы	БП/ЖК	Емтихан	5	5	Микроэкономика	Маркетингті басқару	Пән студенттердің экономикалық ойлау қабілетін дамытуға бағытталған, нарықтық басқару жағдайында кәсіпорынның экономикалық механизмін зерттеу негізінде. Осы курсты зерделеу студенттерді Қазақстан экономикасын одан әрі жаңғырту мен әртараптандыруды ескере отырып, қалыптасқан құқықтық, экономикалық, қаржылық және әкімшілік ортада кәсіпорынның жұмыс істеуінің жаңа тетігін білумен қаруландыруға мүмкіндік береді.
	DAP 4308 Диплом алдындағы практика	БП/ЖК	сараланған сынақ	8	4	Тәжірибелік маркетинг, Стратегиялық маркетинг	Қорытынды аттестаттау	Диплом алдындағы тәжірибе студенттің бастапқы практикалық тәжірибесін тереңдетуге, жалпы және кәсіптік құзыреттіліктерін дамытуға, оның өзіндік жұмысқа дайындығын тексеруге, сонымен қатар бітірушілік біліктілік жұмысына дайындалуға бағытталған.

КА 12 Қорытынды аттестаттау	SM 4309 Стратегиялық маркетинг	БП/ ЖК	Емтихан	7	5	Маркетинг	Маркетингі бақылау	Пән Стратегиялық маркетингі маркетингтік күш-жігерді ұзақ мерзімді перспективаға бағыттау ретінде қарастырады және нақты сатып алушылар топтарына арналған және оларды бәсекелестердің тауарларынан ерекшелендіретін және осылайша өндірушіге тұрақты бәсекелестік артықшылық беретін ерекше қасиеттері бар тиімді тауарларды әзірлеуге әкелетін нарық қажеттіліктерін тұрақты және жүйелі талдау болып табылады.
	MB 4311 Маркетингі бақылау	БП/ ЖК	Емтихан	8	5	Маркетинг	Қорытынды аттестаттау	Пән маркетингтік қызметтің нәтижелерін өлшеуді және бағалауды, бақылауға алынатын жоспарланған мақсаттарды белгілеуді, бақылау нәтижелерін (пайда, сату және т.б.), маркетингтік тексеруді оқытады.
	Қорытынды аттестаттау	КА		8	8	Диплом алдындағы практика	Магистратураға түсу	Қорытынды аттестаттау дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтиханды дайындау және тапсыру нысанында жүргізіледі. Қорытынды аттестаттаудың мақсаты жоғары білім берудің білім беру бағдарламасын зерделеу аяқталғаннан кейін қол жеткізілген Оқыту нәтижелері мен игерілген құзыреттерді бағалау болып табылады. Дипломдық жұмыс (жоба) түлектердің аналитикалық және зерттеу қабілеттерін анықтауға және бағалауға бағытталған және студенттің зерттелетін саладағы өзекті мәселені өз бетінше зерттеу нәтижелерін жалпылау болып табылады. Кешенді емтихан бағдарламасы жоғары білімнің білім беру бағдарламасына сәйкес еңбек нарығының талаптарына жауап беретін интеграцияланған білім мен негізгі құзыреттерді көрсетеді.

**5. Жалпы білім беру бағдарламасы бойынша білім беру нәтижелерінің
оқу пәндерімен сәйкестік матрицасы**

№	Наименование дисциплины	Кол-во кредитов	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами													
			PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	PO 5	PO 6	PO 7	PO 8	PO 9	PO10	PO 11	PO 12		
	Қазақстанның тарихы	5	+													
	Философия	5	+													
	Әлеуметтік-саясаттану білім модулі (Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология)	8	+	+												
	Шетел тілі	10	+													
	Қазақ (орыс) тілі	10	+													
	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	5	+												+	
	Дене шынықтыру	8	+													
	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	5			+				+							
	Рухани Жаңғыру	5		+												
	Экономика және кәсіпкерлік негіздері	5			+	+				+	+					
	Экология және тіршілік қауіпсіздігі	5		+												
	Ғылыми зерттеулердің негіздері	5		+												
	Қаржылық сауаттылық	5					+				+					
	Экономикалық теория	4			+	+										
	Экономикадағы математика	5		+		+										
	Кәсіпорын экономикасы	5			+	+				+						
	Еңбек құқығы	5			+				+							
	Іскерлік байланыс және іс жүргізу	4		+											+	
	Микроэкономика	5			+	+				+						
	Бухгалтерлік есеп негіздері	5				+						+				
	Қаржы	4				+					+					
	Макроэкономика	5			+	+										
	Статистика	5			+	+				+						
	Менеджмент	5								+	+					
	Маркетинг	4						+						+		
	Әлеуметтік психология	5		+												
	Бизнес ағылшын	5	+		+	+										
	Көрсетілім шеберлігі мен шешендік өнер	6		+											+	
	Тауартану негіздері	6									+					+
	Азық -түлік және азық-түлік емес тауарларды тауарлық зерттеу	6									+					+
	Маркетинг жүйесіндегі жарнама	5											+	+		
	Маркетингтегі PR	5											+	+	+	
	Экономикалық саладағы құқық бұзушылықтар	4			+				+							
	Сандық маркетинг	4						+					+			+
	Инновациялық маркетинг	5								+	+					
	Инновациялық менеджмент	5								+	+					
	Оқу тәжірибе	2			+	+	+									
	Өндірістік тәжірибе I	3							+	+	+					
	Маркетингтік зерттеулер	5						+		+						
	Кәсіпкерлік	5			+	+				+						
	Қызмет көрсету маркетинг	6									+		+			
	Маркетингті басқару	5						+			+					

Тәжірибелік маркетинг	5						+					+		
Маркетингтік коммуникация	5										+		+	
Маркетингті бақылау	5							+	+					
Стратегиялық маркетинг	5							+				+		
Жобаны басқару	6						+		+		+			
Жобаның жұмысының тиімділігін бағалау	6								+					+
Тактикалық маркетинг	4								+			+		
Маркетингтік жоспарлау	4								+					+
Халықаралық маркетинг	5											+	+	
Жаһандық маркетинг	5						+					+	+	
Тұтынушылардың мінез-құлқы	6									+				+
Нейромаркетинг	6											+		+
Индустриалдық маркетинг	5											+		+
Коммерциялық маркетинг	5								+	+				
Өндірістік тәжірибе II	3									+	+	+		
Диплом алдындағы практика	4								+		+	+	+	+
Қорытынды аттестаттау	8								+	+	+	+	+	+

MZHO/TSM/PMS 09	Модуль-Маркетинг жүйесіндегі өнім										Модуль-Товар в системе маркетинга						Module- Product in the marketing system								
TN 3218	Тауартану негіздері																								
OT 3218	Основы товароведения																								
FM 3218	Fundamentals of merchandising				*																				
AATTZ 3218	Азық-түлік және азық-түлік емес тауарларды тауарлық зерттеу							6	6	емтихан экз.	180	60	30	30			15	105					6		
TFNT 3218	Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров									ехт.															
CRFNP 3218	Commodity research of food and non-food products																								
IM 3222	Инновациялық маркетинг																								
IM 3222	Инновационный маркетинг																								
IM 3222	Innovative marketing				*					емтихан экз.	150	45	30	15			15	90					5		
IM 3222	Инновационный менеджмент							5	5	ехт.															
IM 3222	Инновационный менеджмент																								
IM 3222	Innovative management																								
MZhZh 4220	Маркетинг жүйесіндегі жарнама																								
RSM 4220	Реклама в системе маркетинга																								
AMS 4220	Advertising in the marketing system				*					емтихан экз.	150	45	30	15			15	90					5		
MPR 4220	Маркетингтегі PR							8	5	ехт.															
PRM 4220	PR в маркетинге																								
PRM 4220	PR in marketing																								
	Итого по ТСМ								16	0	480	150	90	60	0	45	285	0	0	0	0	5	6	0	5
	Totals for PMS																								
KM/PM/PM 10	Модуль- Кәсіби маркетинг										Модуль- Профессиональный маркетинг						Module- Professional Marketing								
PB 4310	Жобаны басқару																								
UP 4310	Управление проектом																								
PM 4310	Project management									*	7	6	емтихан экз.	180	60	30	30			15	105				6
ZhZhTB 4310	Жобаның жұмысының тиімділігін бағалау																								
OEPD 4310	Оценка эффективности проектной деятельности																								
EEPA 4310	Evaluation of the effectiveness of project activities																								
TM 4312	Тактикалық маркетинг																								
TM 4312	Тактический маркетинг																								
TM 4312	Tactical marketing									*	7	4	емтихан экз.	120	45	30	15			15	60				4
MZh 4312	Маркетингтік жоспарлау																								
PM 4312	Планирование маркетинга																								
MP 4312	Marketing planning																								

