



№	Код и наименование дисциплины	Цель курса Краткое содержание основных разделов (2-3 предложения)	Пререквизиты	Формируемые компетенции (не более 30 слов)	Цикл дисциплины		Объем академ. кредитов	Рекомендуемый семестр
					(ООД, БД, ПД)	ВК, КВ		
<b>1 курс</b>								
1	ЕТ1201 Экономическая теория	Целью учебной дисциплины является базовой дисциплиной, которая дает студентам представление об экономике как системе, основных понятиях, категориях, законах и закономерностях экономического развития. Способствует воспитанию экономически грамотных специалистов, умеющих самостоятельно мыслить и принимать ответственные решения.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: иметь представление об особенностях развития экономики в различных странах; знать закономерности развития истории экономики; знать категориальный аппарат дисциплины; Должны уметь: используя различные методы, (графический, аналитический) объяснять проблемы экономики; применять математические методы при изучении дисциплины	БД	ВК	5	1
2	МЕ1202 Математика в экономике	Целью учебной дисциплины дает представление о методах математики, ее применении в экономической науке. Формирует практические навыки решения математических задач, знания основных определений, теорем, правил, математических методов и их практическое применение. Приобретение практических навыков в решении задач по темам, предусмотренным программой курса.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: основное содержание дифференциального и интегрального исчисления; установления корреляционных и регрессионных связей; применения математических моделей для решения экономических задач. Должны уметь: применять алгоритмы решения задач и исследования функций, владеть математическими приемами при решении экономических задач; готовностью применять аналитические и численные методы решения поставленных задач.	БД	КВ	5	1
	Есо 1202 Эконометрика	Целью преподавания курса являются факторы, формирующие развитие		В результате изучения дисциплины студенты должны знать: базовые понятия математики;				

		экономических явлений и процессов. Эконометрика - это искусство разработки и предвидения экономических нормативов, прогнозов и гипотез. Объективную характеристику развития экономических явлений и процессов в будущем могут обеспечить правильно подобранные статистические и математические методы.		владеть основами комбинаторики, теории множеств, теории графов, теории конечных автоматов и теории кодирования. Должен уметь: самостоятельно строить и исследовать эконометрическую модель.				
3	AP1211 Академическое письмо	Формирование профессиональной компетенции и расширение коммуникативной компетенции, связанной с аналитической текстовой деятельностью; формирование у студентов навыков лингвистического и прагматического мышления, умений анализировать экспрессивные единицы языка и грамотно осуществлять выбор нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации.	Программа среднего образования	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: - знать цели и задачи аналитической обработки текстов в современном информационном пространстве; жанрово-стилистические характеристики аннотации, реферата, аналитического обзора, научного письма; принципы коммуникативной организации аннотации и реферата; правила написания обзоров; - уметь проводить стилистический анализ научных, научно-технических и научно-популярных текстов, определять стилистическую и жанровую принадлежность текста сферы профессиональной информации; определять средства речевой выразительности; - владеть: приемами смыслового анализа текста; методикой коммуникативного анализа текста; жанрами аннотации и реферата.	БД	ВК	3	1
4	Mik1203 Микроэкономика	Целью преподавания курса изучает механизмы принятия решения экономическими субъектами и индивидуального выбора в социальной сфере, причинно-следственные связи между микроэкономическими переменными в социальной сфере, а также факторы, влияющие на	Экономическая теория, Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студенты должны знать: микроэкономические модели поведения индивидуальных экономических субъектов; методы микроэкономического анализа; механизм функционирования рынка услуг; модели рыночного равновесия; теории потребительского поведения; теорию производства и издержки; сущность и показатели монопольной власти; рынки	БД	ВК	5	2

		поведение рыночных субъектов. Изучает механизмы функционирования современной экономики, понимание причин принятия решения отдельными экономическими субъектами, потребителями, производителями, капиталовкладчиками, владельцами ресурсов и отдельными фирмами.		факторов производства; вопросы обеспечения общественными благами Должны уметь: аргументировано обосновать причинно–следственные связи и зависимости между микроэкономическими переменными.				
5	RI 1213 Рыночная инфраструктура	Цель курса - изучить механизм регулирования инфраструктуры рынка, формирования более совершенного механизма регулирования рынка; изучить рынок оптовой торговли, розничный рынок, рынок средств производства, товарные биржи, рынок ценных бумаг, рынок рабочей силы, информационный рынок, рынок туристических услуг.	Экономическая теория, Математика в экономике.	При изучении курса формируются следующие компетенции: - знает определение понятия, категории, показатели, отражающие состояние и тенденции развития товарного рынка; - знает историю, классификацию рыночной инфраструктуры, ее роль в процессе воспроизводства на рынке и основные принципы государственного регулирования этими процессами; - выявляет роль, функции бирж в рыночной экономике, дает оценку их деятельности; - владеет основами исследования и регулирования товарного рынка как одним из важнейших инструментов работы с экономической информацией.				
	OR 1213 Отраслевые рынки	Целью преподавания дисциплины является овладение теоретическими основами экономики энергетической отрасли, формирование мировоззрения и навыков системного анализа технико-экономических проблем, экономического подхода к решению технических задач, что позволит лучше ориентироваться в непрерывно изменяющихся экономических условиях производства, лучше адаптироваться в условиях рыночной экономики.	Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины должны - знать: систему экономических показателей деятельности энергопредприятий и их взаимосвязь; специфику кадров в энергетике и особенности показателей производительности труда. Уметь: производить расчеты важнейших технико-экономических показателей, определять капитальные вложения, первоначальную и амортизационную стоимость основных активов, калькулировать себестоимость производства энергии; Иметь навыки: расчета капитальных вложений; определение издержек	БД	КВ	5	2

				производства и себестоимости единицы продукции.				
	RSS 1212 Регулирование социальной сферы	Целью курса является приобретение обучающимися знаний и навыков в области социального управления, а также освоение основных положений успешного управления в различных направлениях социальной сферы: здравоохранение, образование, пенсионное и социальное обеспечение, культура и т.п		В результате изучения дисциплины студенты должны Знать: основные методы и функции социального управления; специфику управления в социальной сфере; типологию и классификацию уровней и элементов социальной сферы, специфику планирования, организации, мотивации, контроля и принятия управленческих решений в отраслях социальной сферы; Уметь: анализировать эффективность системы социального управления; выбирать необходимые методы управления отраслью социальной сферы; Владеть: различными методиками социального управления; инструментами планирования и контроля в процессе управления социальной сферой.				
<b>2 курс</b>								
6	IMEDM2108 Идея «Мәңгілік Ел» и духовная культура казахского народа	Цель дисциплины: воспитание нового поколения специалистов, социально активных членов общества с высоким уровнем развития национального самосознания, национального духа, духа патриотизма, исторического сознания и социальной памяти; духа профессионализма и конкурентоспособности, готовых к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности нашего государства, способных строить конструктивный диалог с представителями других культур.		В результате изучения дисциплины студент должен знать: сущность основных понятий дисциплины этнос, нация, менталитет, национальный менталитет, национальная идея, национальное воспитание, национальное самосознание, этническое сознание, национальная культура, культура межнационального общения, здоровый образ жизни, интеллектуальный потенциал, конкурентоспособность и пр.; должен уметь: достойно жить в гражданском обществе, уважая права и свободы личности, ценности, общие для всех казахстанских этносов; должен владеть этнопедагогической, этнокультурной, поликультурной компетентностями, культурой межнационального согласия и общения.				

	EOBZh 2108 Экология и основы безопасности жизни	Целью учебной дисциплины является формирование экологически образованной личности, владеющей основами экологического мышления и безопасной жизнедеятельности, способной прогнозировать последствия своей деятельности на глобальном, национальном и локальном уровнях, для окружающей социоприродной среды и себя, руководствуясь нормами законодательства.	История Казахстана, Рыночная инфраструктура. Микроэкономика, Программа среднего образования	В результате изучения дисциплины студент должен знать принципы обеспечения здоровья и безопасности человека, снижение экологического следа в окружающей среде, повышение экологической культуры, культуру здорового и безопасного образа жизни ; уметь прогнозировать и оценивать системные последствия (риски) действий, деятельности, поведения для состояния окружающей среды, здоровья человека, безопасности жизни, устойчивого развития местного сообщества и природы.	ООД	КВ	5	3
	OPMS2108 Основы предпринимательства и ментор стартапов	Целью преподавания курса является формирование у студентов знаний о принципах предпринимательства, о методах поиска новых идей и составления стартапов. Изучение теории и практики предпринимательской деятельности, которая представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности, осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли, необходимых для саморазвития собственного дела.		Знать содержание и сущность предпринимательской деятельности, ее виды и формы, основы формирования культуры предпринимательства, а также принципы делового этического поведения предпринимателя. Уметь формулировать банк предпринимательских идей, составлять бизнес-план стартапов, формировать лидерские навыки и приобретать опыт работы в команде в рамках социально-ориентированного и инновационного бизнеса Владеть методами составления стартапов, основными формами сотрудничества в сфере производства, принципами и методами оценки эффективности предпринимательской деятельности и самоорганизации человека в конкретной деловой среде.				
7	Сен 2213 Ценообразование	Цены, находясь в тесной взаимосвязи с маркетингом, определяют рентабельность фирмы, ее жизнеспособность и финансовую стабильность. От них во многом зависит достижение коммерческих результатов. Верная или ошибочная		Знать: социально-экономическую сущность ценообразования, виды, функции, систему цен; специфику отраслевого ценообразования; международный опыт и казахстанскую практику ценообразования; Уметь: анализировать и прогнозировать все составляющие цены, ценообразования;				

	<p>ценовая политика оказывает долговременное воздействие на всю деятельность организации. Цель дисциплины – формирование у будущих специалистов целостного представления о теоретических и методологических основах ценообразования в неразрывной связи со всей хозяйственной деятельностью предприятия.</p>		<p>выявлять и учитывать отраслевую специфику моделей ценообразования; выбирать метод ценообразования на основе анализа показателей конъюнктуры; определить тактику и стратегию ценообразования; рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор; анализировать и контролировать процесс принятия решений по ценам.</p> <p>Владеть: Ведения аналитической и научно-исследовательской деятельности при рассмотрении проблем в области ценообразования; анализа методологических аспектов исследований в области ценообразования.</p>				
<p>UMR2213 Управление медиаканалами</p>	<p>Целью дисциплины является формирование у студентов знаний содержания коммуникативного процесса, теории и моделей коммуникации, видов массовой коммуникации, а также знакомство с основными параметрами и принципами управления медиаресурсами компании, формирование отношений со СМИ</p>	<p>Экономическая теория, Микроэкономика Рыночная инфраструктура</p>	<p>Знать: содержание коммуникативного процесса и его составляющие, специфику функции средств массовой коммуникации и виды СМИ, структуру информационного пространства;</p> <p>Уметь: выстраивать эффективные взаимоотношения с различными медиаканалами, оценивать и оптимизировать медиабазу компании;</p> <p>Владеть: системным представлением об организационной и экономической составляющей медиа отношений компании, информационных возможностей различных медиа-каналов, навыками определения и формирования информационной открытости и сохранения информационной безопасности.</p>	БД	КВ	5	3
<p>REK2213 Реклама в электронной коммерции</p>	<p>Целью учебной дисциплины состоит в овладении принципов и методов формирования рекламной стратегии в Интернет и управления рекламной политикой предприятия в электронной коммерции, приобретение навыков применения различных техник и приемов по созданию и поддержанию</p>		<p>Знать: основные теоретические и методологические положения формирования рекламной стратегии и управления рекламной деятельности в условиях высококонкурентной интернет-среды; процедуру выбора различных форм и методов продвижения Интернет ресурса.</p> <p>Уметь: использовать современные технологии, процедуры разработки, принятия и реализации</p>				

		эффективной рекламной коммуникации Интернет ресурсов, а также обеспечение соответствующего объема продаж и формирования лояльности покупателей Интернет-магазина		коммуникативных решений, организовывать и поддерживать коммуникацию Интернет – ресурса компании, отслеживать основных пользователей и посетителей электронного ресурса, осуществлять грамотную политику поискового и непоискового продвижения Интернет-ресурса компании. Владеть: навыками подготовки организационно-экономического обоснования и системным представлением об организационной и экономической и коммуникативной составляющей процесса управления рекламными коммуникациями в электронной коммерции.				
8	ТМЕК 2209 Трейд маркетинг и электронная коммерция	Цели изучения учебной дисциплины: формирование у студентов системы знаний о содержании трейд-маркетинга и формирования практических навыков применения инструментов трейд-маркетинга в сбытовой деятельности торгового предприятия. Задачи изучения учебной дисциплины: - изучить развитие технологий продаж в их историческом контексте; - развить навыки анализа различных типов покупателей и организации процесса продаж в соответствии с моделями покупательского поведения; - подготовить к процессу персональных продаж; - изучить принципы организации работы торговых представителей в отношении управления ими и вознаграждения за труд.	Экономическая теория, Микроэкономика Рыночная инфраструктура	Компетенции изучаемой дисциплины: - владеет методами исследования и анализа товарных рынков; - владеет способами организации коммерческих сделок на рынке товаров и услуг; - владеет навыками организации коммерческой деятельности предприятий и их коммерческих служб в условиях рыночной экономики; - владеет приемами организации коммерческих и торгово-посреднических операций на рынке товаров и услуг. - способен применять современные способы управления маркетингом торговых компаний; - владеет методами эффективной организации торгового процесса	БД	ВК	8	3
9	МАК 2204 Макроэкономика	Цель преподавания представляется наиболее важным с точки зрения изучения глобальных	Экономическая теория,	В результате изучения дисциплины студент должен знать: принципы современного макроэкономического анализа; методологию				

		экономических явлений, происходящих в экономике государства. Целесообразность овладения этим предметом диктуется становлением и продолжением развития рыночных отношений в Республике Казахстан. Изучение курса позволит правильно оценить ситуацию в стране и принять грамотное экономическое решение по тем или иным проблемам.	Микроэкономик а Рыночная инфраструктура	расчёта и использования основных макроэкономических показателей и моделей открытой экономики; методику научного макроэкономического прогнозирования, лежащего в основе экономической политики; процессы, связанные с национальной экономикой.  Должен уметь: увязывать получаемые знания с экономическими реалиями, процессами; успешно применять и сочетать полученные знания на практике.	БД	ВК	5	3
10	Men 2205 Менеджмент	Целью учебной дисциплины входит в перечень компонента по выбору цикла базовых дисциплин. Содержание дисциплины характеризует обеспечение рационального ведения хозяйства организации в условиях дефицита ресурсов, необходимость достижения высоких конечных результатов с минимальными затратами, оптимальной адаптации организации к изменяющимся рыночным условиям.	Микроэкономик а Основы предпринимательства и ментор стартапов	В результате освоения дисциплины студент должен знать: основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; принципы развития и закономерности; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; Должен уметь: ставить цели формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.	БД	ВК	5	3
11	SB 2206 Статистика бизнеса	С изучения этого курса начинается познание студентами статистической науки. Целью учебной дисциплины «Бизнес-статистика» является приобретение обучающимися необходимых навыков применения методов количественного статистического анализа различных экономических ситуациях и бизнес процессах.	Математика в экономике, Эконометрика, Макроэкономика Микроэкономик а	В результате изучения дисциплины студент должен знать: общие принципы и специальные приемы и методы статистического исследования; Должны уметь: разработать планы статистического исследования для получения информации о массовых явлениях путем регистрации их признаков, применить метод группировки для последующей сводки и анализа.. Анализировать полученные данные полученные в результате сводки и группировки, применяя относительные и средние показатели, динамику отображающие развитие изучаемого явления во времени.	БД	ВК	5	4

12	Fin 2206 Финансы	Целью дисциплины представляет собой теоретическую базовую дисциплину, в которой последовательно рассматриваются основы организации и управления финансами, состав и структура финансовой системы Республики Казахстан, финансы хозяйствующих субъектов, государственные финансы, основы страхования, актуальные проблемы финансов.	Математика в экономике, Эконометрика, Экономическая теория, Микроэкономик а	В результате изучения дисциплины студент должен знать: приобретение глубоких теоретических знаний природы и специфики финансов как основы их последующего практического применения; изучение классических и современных концепций финансов и умение адаптировать их для обоснования проблем экономики и социума; Должен уметь: обладание навыками организации финансовых взаимосвязей, планирования, бюджетирования и прогнозирования финансово-экономических процессов; приобретение навыков аналитической работы с финансовой отчетностью.	БД	ВК	5	4
13	ММ 2210 Международн ый маркетинг	Изучение данной дисциплины позволит студентам понять специфику международного маркетинга, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки	Экономическая теория, Макроэкономика Рыночная инфраструктура, Основы предпринимател ьства и ментор стартапов	В результате освоения дисциплины студент должен знать: сущность и специфику международного маркетинга; - отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга; методы исследования и сегментации внешних рынков; особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; основы организации работы в области международного маркетинга; Должен уметь: - анализировать среду международного маркетинга; планировать мероприятия по реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; организовать работоспособную и эффективную службу, реализующую международную маркетинговую деятельность; Владеть практическими навыками: сбора и обработки информации о внешнем рынке.	БД	ВК	5	4
<b>3 курс</b>								
14	ВР 3301 Бизнес планирование	Бизнес-план является составной частью текущего и стратегического планирования развития предприятия (компания, фирмы). Изучение бизнес-плана в современных условиях опирается на знание	Микроэкономик а, Статистика бизнеса, Маркетинг, Финансы,	знать: законодательные и нормативные акты, положения, типовые методики разработки бизнес-планов; методы и технические приемы бизнес-планирования; теоретические основы современного бизнес-планирования;				

		основных функциональных дисциплин управления предприятием: маркетинговой, производственной, коммерческой, финансовой. Это связано с тем, что все запланированные мероприятия должны быть сбалансированы с финансовыми, временными, кадровыми и другими ресурсами.	Основы предпринимательства и ментор стартапов	уметь: творчески использовать полученные теоретические знания по бизнес-планированию в процессе последующего обучения в соответствии с учебными планами подготовки и самостоятельно применять их в практической разработке бизнес-планов; владеть: навыками самостоятельного овладения методами бизнес-планирования и применению этих знаний в практической разработке бизнес-планов.	ПД	ВК	5	5
15	PP 3302 Предпринимательское право	Предпринимательское право состоит в том, чтобы на основе совершенствования содержания лекции, методика проведения практических занятий и с учетом достижений и юридической науки и практики повысить уровень правовой культуры и правовых знаний студентов. В связи с этим основными задачами курса являются: - изучение и проверка действующего законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.	Экономическая теория, Макроэкономика, Менеджмент.	Знать: Предпринимательское право комплексная интегрированная отрасль права, совокупность правовых норм, регулирующих на основе частно-правовых и публично-правовых начал отношения в сфере организации, осуществления предпринимательской деятельности и руководства. Уметь:-формирование навыков применения теоретических знаний в практической деятельности. Иметь навыки: Нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность в РК.	ПД	ВК	5	5
16	NN 3303 Налоги и налогообложение	Цель дисциплины – изучение теории и практики взимания налогов и других обязательных платежей с юридических и физических лиц с целью формирования доходной базы бюджетов соответствующих уровней. Задачи дисциплины - формирование у студентов комплекса теоретических и практических знаний в области формирования налоговой политики государства, построения его налоговой системы и взимания важнейших видов налогов	Микроэкономика, Макроэкономика, Бизнес статистика, Финансы	Знание - перечисляет виды налогов и других видов платежей в бюджет, действующих на территории РК, рассказывает об основных этапах становления и развития налоговой системы РК, налоговых механизмах и налоговой политике в стране; Понимание - разграничивает налоги и другие обязательные платежи по уровням бюджетной системы и классифицирует их по категориям; Применение – производит практические расчеты конкретных видов налогов, сборов, пошлин и других обязательных платежей; Анализ - отслеживает изменения в казахстанской налоговой системе и	ПД	ВК	5	5

				анализирует тенденции изменения налогового законодательства; Синтез - составляет налоговую отчетность, заполняет налоговые декларации; Оценка - систематизирует и обобщает информацию по налогам и на основе полученных показателей принимает решения.				
17	HRM 3304 HR Менеджмент	<p>Цель преподавания дисциплины - дать целостное представление об управлении персоналом как области ресурсного менеджмента предприятия, в доминирующей степени определяющей состояние проблемы эффективности и конкурентоспособности его деятельности.</p> <p>HR-менеджмент связывает стратегию предприятия с принятием текущих решений в вопросах целесообразного и эффективного планирования и удовлетворения потребности в человеческих ресурсах, необходимых для ее реализации.</p>	Экономическая теория, Микроэкономика, Менеджмент.	<p>Знать и хорошо ориентироваться в теории управления персоналом, знать состав и содержание этапов процесса управления персоналом, систему планирования, набора и отбора кадров, содержание работ по социальной адаптации работников, организации заработной платы и мотивации персонала, методы оценки кадров, механизмы управления развитием персонала и зарубежный опыт управления персоналом;</p> <p>Уметь анализировать структуру кадров предприятия, формулировать задачи и в зависимости от ситуации использовать оптимальные инструменты организации набора и отбора кадров;</p> <p>Владеть теорией и практикой использования механизмов и инструментов подбора и отбора кадров, современных технологий оценки, мотивации и развития персонала; быть компетентными в области трудового законодательства; вопросах государственного регулирования занятости населения и формирования общих условий найма.</p>	ПД	ВК	5	5
18	BU 3208 Бухгалтерский учет	Целью преподавания дисциплины является: освоение студентами основ бухгалтерского учета, получение навыков и техники его ведения в организациях в соответствии с действующими стандартами, принципами бухгалтерского учета, нормативно-правовыми документами	Математика в экономике, Макроэкономика, Микроэкономика, Статистика бизнеса, Финансы	<p>Знать: концепции и принципы бухгалтерского учета, современные методы и средства обработки информации;</p> <p>Уметь: организовать бухгалтерский учет в соответствии с основополагающими принципами, представлять идеи, проблемы и их решения в области учета; Иметь навыки: ведения бухгалтерского учета, составления</p>	БД	ВК	5	5

				финансовой отчетности, развития способностей.				
19	UM 3305 Управление маркетингом	<p>Целью преподавания курса является формирование знаний по управлению маркетингом как концепции и системы управления организацией в рыночной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией.</p> <p>Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением концепции маркетинга, её основных составляющих: товарной, ценовой политики, методов распространения и стимулирования, и методы анализа рынка и изучения спроса, в т.ч. процесс сегментирования рынка и позиционирования товара, теория жизненного цикла товара, ценовая политика в маркетинге, организация каналов сбыта, товародвижение, реклама, методы стимулирования сбыта.</p>	Ценообразование, Управление медиаканалами, Реклама в электронной коммерции, Трейд маркетинг и электронная коммерция, Международный маркетинг	<p>Знать: основные понятия, категории и инструменты современной маркетинговой политики предприятия.</p> <p>Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия, выявляя ее ключевые элементы и оценивая их влияние на предприятие, проводить маркетинговые исследования рынка, использовать разнообразные методы продвижения товаров и услуг, анализировать поведение потребителей, сегментировать рынок и позиционировать продукцию.</p> <p>Владеть: фундаментальными и прикладными знаниями в области маркетинга и управления, способностью к обобщению, анализу и восприятию маркетинговой информации, постановке маркетинговых целей и стратегий, выбору путей их достижения.</p>	ПД	ВК	5	5
20	Mer 3214 Merчандайзинг	Целью курса «Merчандайзинг» является овладение обучающимися системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний, направленных на обеспечение эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности компании, осуществляемой в местах продаж и направленной на		<p>Способен решать управленческие задачи, связанные с продвижением товаров и сбыта продукции, а также управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.</p> <p>Знать понятия, задачи и функции мерчандайзинга. Уметь составлять и внедрять</p>				

		обеспечение управления поведением покупателей.	Трейд маркетинг и электронная коммерция, Управление маркетингом, Международный маркетинг, Информационно-коммуникационные технологии	<p>программу мерчандайзинга с учетом интересов всех участников бизнес-процесса. Владеть современными средствами и методами мерчандайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.</p> <p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий</li> <li>– умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")</li> <li>– умение консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом – способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка</li> <li>– способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнеспроектов на основе инноваций в сфере ИКТ</li> </ul>	БД	КВ	10	6
	СИКТМ 3214 Современное ИКТ в маркетинге	Целью преподавания дисциплины является получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка ИКТ, его основных участниках и тенденциях развития, разработке и реализации ценностно-ориентированных маркетинговых стратегий, управлении маркетингом и продажах в области информационных технологий в компаниях.						
21	МІ 3306 Маркетинговые исследования	Сформировать теоретические знания и практические навыки в области маркетинговых исследований: - сформировать знания в области методологии маркетинговых исследований: изучить основные категории и принципы проведения исследований внешней и внутренней среды организации; - изучить методические основы проведения маркетинговых исследований; - выработать навыки проведения кабинетных и полевых исследований.	Трейд маркетинг и электронная коммерция, Управление маркетингом, Бизнес планирование, Международный маркетинг	В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: <ul style="list-style-type: none"> <li>- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;</li> <li>- владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;</li> <li>- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</li> <li>- знание экономических основ поведения организаций, иметь представление о</li> </ul>	ПД	ВК	5	6

				различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли; - умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.				
22	MT 3215 Маркетинг территорий	Цели освоения дисциплины заключаются в формировании у будущих бакалавров теоретических знаний в области маркетинга территорий, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.		Компетенции. В результате освоения дисциплины студент: знать: - сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции; - субъекты территориального маркетинга; элементы комплекса маркетинга территорий; маркетинговую среду территории; уметь: сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий; разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга; - использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга территорий. владеть: - приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга; основными стратегиями маркетинга территорий; основными методами формирования конкурентных преимуществ территории.				
	MAOSD 3215 Маркетинговый анализ в отраслях и сферах деятельности	Цель изучения дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения маркетинговых задач для предприятий различных отраслей и сфер деятельности. Основные задачи: - изучение данной дисциплины направлено на формирование целостной системы	Рыночная инфраструктура, Бизнес планирование, Управление маркетингом, Международный маркетинг,	В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: Владеть: навыками применения инструментария маркетинга для выработки управленческих решений в различных отраслях и сферах деятельности; – способность создавать систему и комплекс маркетинга на предприятиях промышленности,	БД	КВ	6	6

		знаний и навыков в сфере разработки комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; – понимание сущности и основного категориального аппарата маркетинга в отраслях и сферах деятельности.	Трейд маркетинг и электронная коммерция,	торговли, АПК, сферы услуг, строительства и т.д.; – способность планировать ассортиментную политику с учетом особенностей отрасли, в которой работает предприятие (организация); – умение применять основные методы коммуникационной политики с учетом особенностей работы предприятий в различных отраслях и сферах деятельности; – понимать основные механизмы организации сбытовой сети и системы товародвижения в различных отраслях и сферах деятельности.				
	МАТО 3215 Маркетинговый аудит в туристической отрасли	Цели освоения дисциплины дать будущим специалистам знания теории и практики подготовки и проведения аудита маркетинга в туристической области, навыки их успешного применения в будущей профессиональной деятельности		В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - способность разрабатывать корпоративную стратегию; - знать основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга и аудита в туристической отрасли; основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления маркетинговой деятельностью; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.				
23	ИМ 3216 Интернет маркетинг	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.		В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; - умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета				
	ВМ 3216	Целью дисциплины является развитие ключевых компетенций в		В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:				

<p>Бренд менеджмент</p>	<p>области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.</p>	<p>Бизнес планирование, Менеджмент, Управление маркетингом, Международный маркетинг, Трейд маркетинг и электронная коммерция,</p>	<p>- способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности; -знать: - роль брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных рынках; типы брендов и их различные роли; - теории и инструменты брендинга; уметь: - применять принципы формирования портфелей брендов; владеть: -принципами и технологиями создания брендов для рынков b-to-c и b-to-c; - навыками разработки концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа; - навыками применения полученных знаний в исследовательской работе.</p>	<p>БД</p>	<p>КВ</p>	<p>5</p>	<p>6</p>
<p>GB 3216 Гостиничный бизнес</p>	<p>Цель дисциплины приобретение теоретических знаний и практических навыков предоставления услуг в гостиницах и других средствах размещения; формирование у обучающихся системы знаний и представлений о современных бизнес-процессах в гостиницах при проведении крупномасштабных международных мероприятий.</p>		<p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: современное состояние гостиничного бизнеса; тенденции развития гостиничного бизнеса; правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничную деятельность; организацию, функционирование, взаимосвязи служб гостиниц; квалификационные требования к персоналу; <i>уметь</i>:проводить исследования с применением современных методов и интерпретировать полученные результаты; анализировать, оценивать состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса; организовывать работу функциональных служб гостиниц; <i>владеть</i>: основными методами работы в</p>				

				гостинице; навыками организации работы в функциональных службах гостиницы, формирования и предоставления гостиничных услуг и продвижения гостиничного продукта.				
<b>4 курс</b>								
24	Log217 Логистика	<p>Целью учебной дисциплины «Логистика» является формирование у студентов базовых понятий о логистике: основные научные категории и определение логистики, ее понятийный аппарат с определениями основных понятий; существующие концепции логистики и концептуальные логистические подходы.</p> <p>В процессе изучения курса студенты должны приобрести компетенции, позволяющие им: понимать сущность экономических явлений и процессов, происходящих при движении материальных и финансовых потоков от поставщика до конечного потребителя на всех уровнях управления логистической цепи.</p>	Бизнес планирование, Управление маркетингом, Международный маркетинг, Трейд маркетинг и электронная коммерция,	<p>В процессе изучения курса студенты должны научиться понимать сущность экономических явлений и процессов, происходящих в результате продвижения материальных потоков, определять влияние факторов на те или иные показатели производственно-хозяйственной деятельности, оценивать достигнутые результаты и выявлять резервы повышения функционирования логистических систем и иметь следующие компетенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- имеет навыки организации складирования, обработки грузов и упаковки;</li> </ul> <p>оценивает критерии качества предоставления логистических услуг; дает оценку факторам, влияющим на выбор вида транспорта: времени доставки, частоты отправки, надежности соблюдения графика доставки груза, возможности доставки различных грузов на любую территорию, стоимости доставки и др.</p>	БД	КВ	8	7
	ТМ 4217Транспорт ный маркетинг	Целями освоения учебной дисциплины «Транспортный маркетинг» являются формирование у обучающегося способности к изучению отраслевого транспортного рынка, к научно обоснованному принятию решений в области маркетинговой деятельности на транспорте, в	В процессе изучения курса студенты должны Знать: сущность «маркетинга» и его основные понятия, процесс управления маркетингом, маркетинговые исследования, сегментирование рынка, выбор целевого сегмента; позиционирование товара (услуги); Уметь: проводить маркетинговые исследования по изучению состояния рынка сервисного обслуживания автомобильной					

		частности, в области анализа рынка, проведения товарной, ценовой сбытовой политики, формирования платежеспособного спроса на транспортные услуги		техники и оборудования, изучать характеристики потребительского спроса для определения своего сегмента рынка , рассчитать производственную программу с учетом производственной мощности своего участка (предприятия). Владеть: методами расчета и определения экономической эффективности маркетинговых стратегий, навыками обоснования экономической эффективности маркетинговых стратегий				
	КМТ 4217 Креативный маркетинг в туризме	Дисциплина «Креативный маркетинг в туризме» рассматривает теоретические положения креативного маркетинга в туризме комплексно и последовательно, дает базовые знания для использования современной стратегии креативного маркетинга в практической предпринимательской деятельности Креативный маркетинг «изобретает» конкретные формы и содержание маркетинговых коммуникаций, организывает и планирует креативную маркетинговую деятельность турфирмы, оценивает турпродукт и его жизненный цикл в сфере внутреннего и международного туризма; поиск оригинальных решений, которые удовлетворяют потребности, о которых потребитель порой и не догадывается.		Демонстрирует знание и понимание индивидуального и культурного разнообразия потребителей, креативного продвижения туристских продуктов на туристский рынок; объектов, явлений и событий, связанных с креативным маркетингом, предпринимательством, организацией обслуживания и продвижения, экскурсионным делом и других объектов туристической деятельности.				
25	PM 4309 Промышленный маркетинг	«Промышленный маркетинг» представляет собой самостоятельную экономическую дисциплину, целью изучения которой является обучение студентов теоретическим знаниям,	Современное ИКТ в маркетинге, Управление маркетингом, Трейд маркетинг	В результате изучения дисциплины студент должен: · иметь представление о целях и задачах маркетинга на предприятиях, знать основы промышленного маркетинга, отличительные особенности от традиционного маркетинга; ..				

	<p>включающим современные концепции и тенденции в области промышленного маркетинга, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке промышленных товаров и услуг, Задачами изучения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить студентов с инструментарием изучаемой дисциплины;</li> <li>- определить отличительные особенности промышленного и потребительского маркетинга;</li> </ul>	и электронная коммерция, Интернет маркетинг.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· уметь анализировать центры по закупкам, реализованные на практике маркетинговые решения предприятий, а также вести деловые переговоры;</li> <li>· приобрести навыки принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики рынка.</li> </ul>	ПД	КВ	5	7
MNOU4309 Маркетинг медицинских и образовательных услуг	<p>Цель изучения дисциплины - формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга образовательных услуг и о маркетинге медицинских услуг.</p> <p>Маркетинг образовательных и медицинских услуг - это дисциплина, изучающая теорию и практику маркетинга в образовании, рынок платных образовательных услуг; деятельность по продвижению и распределению образовательных услуг, а также теоретические и практические аспекты маркетинга в здравоохранении, и проблемы эффективного применения маркетинга в деятельности медицинской организации.</p>		<p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать: сущность и содержание маркетинга в системе образования; методы ценообразования, интернет-маркетинга, основные модели потребительского поведения на рынке медицинских услуг;</p> <p>уметь: анализировать и разрабатывать эффективные системы маркетинга в образовании; выполнять мероприятий по продвижению образовательной услуги на рынке; выполнять маркетинговые исследования, сбор информации о конкурентах на рынке новой продукции, анализ конкурентной среды; Разрабатывать управленческие проекты и программы в сфере образовательных и медицинских услуг.</p> <p>владеть: методами и формами эффективного управления образовательным учреждением и медицинской организации, методами разработки маркетинговых стратегий; навыками позиционирования бренда медицинской организации</p>				

	CE 4309 Цифровая экономика	Излагаются методические основы проектирования информационных систем, базирующихся на принципах системного анализа и применения CASE – технологий. Изучаются состав и структура различных классов экономических ИС как объектов проектирования; модели жизненного цикла ИС; содержание стадий, этапов и процессов проектирования; цели, задачи и технологии проведения обследования объектов информатизации; методы моделирования информационных процессов предметной области.		В результате изучения курса студенты освоить основные способы и режимы обработки экономической информации, а также приобрести практические навыки использования информационных технологий в различных информационных системах отраслей экономики, управления и бизнеса.				
26	UPS 4218 Управление продажами	Целью дисциплины «Управление продажами» является формирование у обучающихся соответствующих теоретических знаний и практических навыков по управлению хозяйственными процессами, понимания современных тенденций в области продаж и принятию эффективных управленческих решений, способностей анализировать, обосновывать и выбирать решения, управлять оперативной деятельностью организации.	Трейд маркетинг и электронная коммерция, Интернет маркетинг, Экология и основы безопасности жизни	В результате изучения дисциплины студенты должны знать теоретические знания и практические навыки по управлению хозяйственными процессами, понимать современные тенденции в области продаж; анализировать, обосновывать и выбирать решения, управлять оперативной деятельностью организации; сущность, принципов, функций и задач управления продажами с учётом соотношения между затратами и ожидаемой ценностью; Владеть навыками оперативного управления организацией в рамках управления продажами, управление процессами в организации, с основными техниками оперативного управления процессом продаж; навыками личной продажи продукта; осознать ответственности при персональных продажах и управлении ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах.	БД	КВ	6	7

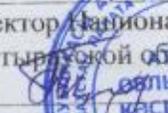
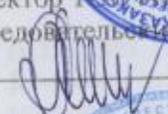
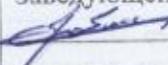
<p>ТДКАZh 4218 Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность</p>	<p>Цель дисциплины - формирование у обучающихся знаний и мировоззрения, позволяющих осознать необходимость перехода от традиционных моделей экономического развития к устойчивому типу, учитывать роль социальных и экологических факторов при руководстве коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, способности понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации с позиции устойчивого развития, освоение обучающими концепций управления компанией с позиции социально-ориентированного бизнеса овладение современными методами анализа и оценки корпоративной социальной ответственности компании.</p>		<p>В результате изучения дисциплины студенты должны: Знать: Основные глобальные тенденции устойчивого развития; роль корпоративной социальной ответственности в создании положительного имиджа деловой и репутации компании; модели корпоративно й социальной ответственности; Уметь: использовать современные источники данных в области управления устойчивым развитием в сфере своей профессиональной деятельности, понимать и анализировать социально эколого-экономически значимые ситуации и проблемы, возникающие при руководстве коллективом с учетом социальных, этических и культурных различий; определять приоритеты в социальных программах компаний; Владеть: основными инструментами организации взаимосвязи между органами государственного и местного управления и бизнесом.</p>				
<p>URS 4218 Управление в розничных сетях</p>	<p>Целями освоения дисциплины "Управление в розничных сетях" является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении розничными сетями. Задачи курса: - изучить организационные основы функционирования розничных сетей как объектов управления с учетом их места и роли на потребительском рынке товаров и услуг, особенностей их внешней и внутренней среды; выявить особенности формирования основных направлений деятельности</p>		<p>В результате изучения дисциплины студенты должны: <i>знать</i> содержание законодательной базы в области оптовой и розничной торговли и объекты, регулирующие их деятельность в РК; <i>уметь</i> анализировать и разрешать проблемы, возникающие в процессе работы на потребительском рынке; <i>владеть</i> теоретическими и аналитическими знаниями в области менеджмента торговой организацией и использования отечественного и зарубежного опыта в прикладном его применении в розничных сетях торговли.</p>				

		розничных сетей и управление товарной, сбытовой, технической, инвестиционной политикой и т. д.						
27	AgrM4219Агро маркетинг	Цель дисциплины: сформировать у обучающихся систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, понимании современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК. Маркетинговая сфера агробизнеса включает в себя все отрасли, обеспечивающие движение сельскохозяйственного продукта от поля (фермы) до потребителя, т. е. сбор, хранение, переработку и реализацию продукции.	Бизнес планирования, Отраслевые рынки, Ценообразование, Управление маркетингом	В результате изучения дисциплины студенты должны: знать: основные концепции маркетинга и современные тенденции в области маркетинга; уметь: осуществлять маркетинговую направленность (с учетом специфики складывающегося российского рынка); разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды; владеть: навыками маркетинговой деятельности на всех её этапах, начиная от планирования маркетинга, заканчивая оценкой его результативности.	БД	КВ	8	7
	EARK4219 Экономика в АПК	Цель изучения дисциплины является раскрытие объективных предпосылок формирования и развития аграрного сектора экономики, а также экономических механизмов агробизнеса на макро и микроуровне, организация и использование различных ресурсов аграрного сектора в процессе производства конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции.	В результате изучения дисциплины студент должен знать: - знать: Ресурсный потенциал агробизнеса и условия его использования, механизм агропромышленной интеграции и развития рыночной инфраструктуры. Навыки: Формирование диверсифицированной экономики в сельском хозяйстве и потенциал ресурсов агробизнеса и навыки их использования.					
	ТР4219 Территориальное планирование	Курс 'Территориальное планирование' позволяет сформировать у студентов понимание теоретико-методологических основ территориального планирования, форм и видов стратегических планов	В результате освоения дисциплины студент должен знать: теоретические основы территориального планирования и регионального управления, основные проблемы регионального социально-экономического развития, разбираться в					

		развития города и региона. Рассматриваются роль и место территориального планирования в системе стратегического управления развитием территорий, его связь с территориальным прогнозированием и программированием, принципы и методы разработки планов, изучаются основные разделы стратегических планов развития городов и регионов.		региональных процессах и их социально-экономических факторах и последствиях; должен уметь: сопоставлять между собой основные экономико-статистические показатели и обосновывать выводы о территориальных различиях в состоянии социально-экономических процессов; должен владеть: способностью выявлять и объяснять закономерности и принципы, реализуемые в стратегическом управлении регионами; навыками анализа и оценки стратегий и стратегических планов, социальных и экономических программ городов и регионов.				
28	SM4310 Стратегический маркетинг	Цели освоения дисциплины является изучение роли стратегического маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, содействие изучению аналитических аспектов маркетинга, процесса получения и анализа маркетинговой информации для разработки ориентированной на рынок стратегии развития предприятия.	Управление маркетингом, Трейд маркетинг и электронная коммерция, Бизнес планирования, Менеджмент	В результате освоения дисциплины студент: Должен знать: - особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; - особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии. Должен уметь: - оценивать рыночную ситуацию; - проводить маркетинговые исследования; Владеть: навыками: - творческого обобщения полученных знаний; - конкретного и объективного изложения своих знаний; - обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований.	ПД	КВ	6	7
	ADS4310 Управление маркетинговыми проектами	Основной целью изучения дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» является создание у студентов профессионального представления о целостном, процессе деловой активности субъектов хозяйствования в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у		В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать:- специфику организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности; - методологию сравнительного конкурентного анализа; - маркетинговые аспекты формирования товарного портфеля фирмы; - категорийно-понятийный аппарат современной концепции маркетинга проектов;				

		<p>них практических навыков разработки и маркетинга проектов. Основными задачами освоения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла;</li> <li>•освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности;</li> <li>•формирование навыков по расчету бюджета проекта и его реализации.</li> </ul>		<p>- организацию осуществления проектов и их жизненный цикл;          Уметь: оценить конкурентные позиции предприятия на рынке с учетом маркетингового инструментария;          - планировать новые проекты и определять бюджет и стоимость проектов;          Владеть: современными методами и приемами маркетинговых исследований;          - навыками реализации маркетинга проектов.</p>				
	РМ14310 Управление человеческими ресурсами	<p>Изучение дисциплины "Управление человеческими ресурсами" имеет целью дать основы теоретических и методологических знаний, а также навыков работы по стратегическому управлению человеческими ресурсами планированию и комплектованию штата в свете стратегических приоритетов, обучению и развитию персонала через призму стратегии и разработки новых структур службы управления HR и управления эффективностью персонала организации.</p>		<p>В результате освоения дисциплины студент:          должен знать: источники и способы привлечения персонала; технологию отбора персонала; сущность профессиональной ориентации (переориентации) персонала; - способы социальной адаптации в коллективе; - содержание мероприятий по управлению деловой карьерой; методы оценки деятельности персонала и подразделений предприятия;          должен уметь: - составлять объявление о приеме на работу; - принимать решения по профессиональной ориентации (переориентации) персонала; - определять сильные стороны претендента и его перспективы продвижения по службе; - анализировать причины текучести кадров;          иметь навыки: - подготовить резюме и заполнить анкету о приеме на работу; - проводить тестирование и собеседование при найме на работу; - оценивать работу персонала и подразделений организации.</p>				

--	--	--

Согласовано с работодателями:		Согласовано ВУЗ:
Директор Национальной палаты предпринимателей по Атырауской области ✓   <b>Баев Н.Б.</b>		Руководитель Офиса обеспечения и повышения академического качества и развития образовательных программ  <b>Сулейменова Ж.У.</b>
Директор Атырауского филиала «Ито-Западного научно- исследовательского института животноводства и растениеводства»   <b>Ж. Диегалиев</b>		Заведующей кафедрой  <b>Сабирава Р.К.</b>
Начальник управления в республиканском государственном учреждении « Департамент комитета по защите и развитию конкуренции министерства национальной экономики Республики Казахстан по Атырауской области»  <b>Набиева А.Е.</b>		
ТОО «Адил ТрансСервис» директоры   <b>Торалиев Е.А.</b>		

**Каталог элективных дисциплин  
Обновление образовательной программы 6В04107-Маркетинг  
2023-2024 учебный год**

№	Код и наименование дисциплины	Цель курса Краткое содержание основных разделов (2-3 предложения)	Пререквизиты	Формируемые компетенции (не более 30 слов)	Цикл дисциплины		Объем академ. кредитов	Рекомендуемый семестр
					(ООД, БД, ПД)	ВК, КВ		
<b>1 курс</b>								
1	DCCN 1108 Духовная культура казахского народа	Цель дисциплины: воспитание нового поколения специалистов, социально активных членов общества с высоким уровнем развития национального самосознания, национального духа, духа патриотизма, исторического сознания и социальной памяти; духа профессионализма и конкурентоспособности, готовых к активным и решительным действиям по сохранению стабильности, независимости, безопасности нашего государства, способных строить конструктивный диалог с представителями других культур		В результате изучения дисциплины студент должен знать: сущность основных понятий дисциплины этнос, нация, менталитет, национальный менталитет, национальная идея, национальное воспитание, национальное самосознание, этническое сознание, национальная культура, культура межнационального общения, здоровый образ жизни, интеллектуальный потенциал, конкурентоспособность и пр.; должен уметь: достойно жить в гражданском обществе, уважая права и свободы личности, ценности, общие для всех казахстанских этносов; должен владеть этнопедагогической, этнокультурной, поликультурной компетентностями, культурой межнационального согласия и общения.	ООД	ВК	5	1
	OPMS 1108 Основы предпринимательства и ментор стартапов	Целью преподавания курса является формирование у студентов знаний о принципах предпринимательства, о методах поиска новых идей и составления стартапов. Изучение теории и практики предпринимательской деятельности, которая представляет собой свободное		Программа среднего образования				

		экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности, осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли, необходимых для саморазвития собственного дела.		формировать лидерские навыки и приобретать опыт работы в команде в рамках социально-ориентированного и инновационного бизнеса Владеть методами составления стартапов, основными формами сотрудничества в сфере производства, принципами и методами оценки эффективности предпринимательской деятельности и самоорганизации человека в конкретной деловой среде.				
	ОРАР 1108 Основы права и антикоррупционной культуры	Целью изучения дисциплины «Основы права и антикоррупционной культуры» является повышение общественного и индивидуального правосознания и правовой культуры студентов, а также формирование системы знаний и гражданской позиции по противодействию коррупции как антисоциальному явлению. Задачи преподавания дисциплины: -усвоение студентами основ теории права и государства; -получение необходимых знаний в области ведущих отраслей национального права; -уяснение обучающимися места и роли государства и права в жизни общества,		В результате освоения дисциплины студент <i>должен уметь</i> : - анализировать события и действия с точки зрения области правового регулирования и уметь обращаться к необходимым <u>нормативным актам</u> ; - ориентироваться в действующем законодательстве; - используя закон защищать свои права и интересы; - применять нормы гражданского права в конкретных ситуациях; - реализовывать ценности морального сознания и следовать нравственным нормам в повседневной практике; -работать над повышением уровня нравственной и правовой культуры; <i>владеть навыками</i> : -ведения дискуссий по правовым вопросам, по вопросам применения норм в современный период; -правового анализа различных документов; -анализа ситуации конфликта интересов и морального выбора.				

	EOBZh 1108 Экология и безопасность жизнедеятельности	Целью учебной дисциплины является формирование экологически образованной личности, владеющей основами экологического мышления и безопасной жизнедеятельности, способной прогнозировать последствия своей деятельности на глобальном, национальном и локальном уровнях, для окружающей социоприродной среды и себя, руководствуясь нормами законодательства.		В результате изучения дисциплины студент должен знать принципы обеспечения здоровья и безопасности человека, снижение экологического следа в окружающей среде, повышение экологической культуры, культуру здорового и безопасного образа жизни ; уметь прогнозировать и оценивать системные последствия (риски) действий, деятельности, поведения для состояния окружающей среды, здоровья человека, безопасности жизни, устойчивого развития местного сообщества и природы.				
	MNI 1108 Методы научных исследований	Цель курса состоит в овладении знаниями о законах, принципах, понятиях, терминологии, содержании, специфических особенностях организации и управлении научными исследованиями с использованием современных методов наукометрии.		<i>Формируемые компетенции:</i> - способностью к критическому анализу и оценке современных научных достижений; - владением методологией теоретических и экспериментальных исследований в области профессиональной деятельности; - владением культурой научного исследования, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий.				
2	AP1220 Академическое письмо	Формирование профессиональной компетенции и расширение коммуникативной компетенции, связанной с аналитической текстовой деятельностью; формирование у студентов навыков лингвистического и прагматического мышления, умений анализировать экспрессивные единицы языка и грамотно осуществлять выбор нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации.	Программа среднего образования	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: - знать цели и задачи аналитической обработки текстов в современном информационном пространстве; жанрово-стилистические характеристики аннотации, реферата, аналитического обзора, научного письма; принципы коммуникативной организации аннотации и реферата; правила написания обзоров; - уметь проводить стилистический анализ научных, научно-технических и научно-популярных текстов, определять стилистическую и жанровую принадлежность текста сферы профессиональной информации;	БД	ВК	3	1

		у них практических навыков разработки и маркетинга проектов. Основными задачами освоения дисциплины являются: •выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла; •освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности; •формирование навыков по расчету бюджета проекта и его реализации.		- организацию осуществления проектов и их жизненный цикл; Уметь: оценить конкурентные позиции предприятия на рынке с учетом маркетингового инструментария; - планировать новые проекты и определять бюджет и стоимость проектов; Владеть: современными методами и приемами маркетинговых исследований; - навыками реализации маркетинга проектов.				
	PMI4310 Управление человеческими ресурсами	Изучение дисциплины "Управление человеческими ресурсами" имеет целью дать основы теоретических и методологических знаний, а также навыков работы по стратегическому управлению человеческими ресурсами планированию и комплектованию штата в свете стратегических приоритетов, обучению и развитию персонала через призму стратегии и разработки новых структур службы управления HR и управления эффективностью персонала организации.		В результате освоения дисциплины студент: должен знать: источники и способы привлечения персонала; технологию отбора персонала; сущность профессиональной ориентации (переориентации) персонала; - способы социальной адаптации в коллективе; - содержание мероприятий по управлению деловой карьерой; методы оценки деятельности персонала и подразделений предприятия; должен уметь: - составлять объявление о приеме на работу; - принимать решения по профессиональной ориентации (переориентации) персонала; - определять сильные стороны претендента и его перспективы продвижения по службе; - анализировать причины текучести кадров; иметь навыки: - подготовить резюме и заполнить анкету о приеме на работу; - проводить тестирование и собеседование при найме на работу; - оценивать работу персонала и подразделений организации.				
12	MSBBS 4220 Маркетинговая стратегия в B2B секторе	Целью учебной дисциплины «Маркетинговая стратегия в B2B секторе» является приобретение знаний об особенностями		В процессе освоения данной дисциплины студент формирует следующие профессиональные компетенции:	БД	КВ	5	7

		<p>построения маркетинговой деятельности на B2B рынке, сформировать навыки работы в B2B сфере, уметь прогнозировать изменения окружающей среды и деятельности компании, а также рассчитывать эффект от проводимых маркетинговых мероприятий.</p> <p>Задачами изучения учебной дисциплины является: изучение особенности B2B рынков; изучение методов анализа промышленных рынков; изучение современных практик на B2B рынках; изучение методов обоснования маркетинговых решений на промышленном рынке;</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Знание</i> особенности построения маркетинговой деятельности на B2B рынке;</li> <li>- Понимает роль B2B рынков в экономике, особенности и тенденции развития рынков B2B;</li> <li>- Рассчитывает эффективность взаимоотношений с поставщиками. Умеет работать с закупками для государственных нужд</li> <li>- Анализирует внешнюю среду промышленных предприятий, умеет делать динамический SWOT анализ</li> <li>- Умеет рассчитывать эффект от интеграции и партнерских связей. Оценивает роли участников в закупочных центрах</li> <li>- Оценивает и сравнивает эффект от внедрения информационных систем, оценивает различные варианты маркетинговых стратегий и выбирает лучшую из них.</li> </ul>				
	<p>MSS 4220 Маркетинг в социальных сетях</p>	<p>Целью дисциплины является формирование системы знаний и умений в области маркетинга в социальных медиа как одного из основных направлений в digital маркетинге.</p> <p>В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи: - изучение сущности маркетинга социальных сетей как инструмента интернетмаркетинга; - получение навыков продвижения проекта / компании / товара / услуги / бренда посредством социальных сетей; - получение навыков разработки рекламы в социальных сетях и оценки ее эффективности; - пользоваться сервисами мониторинга социальных сетей.</p>		<p>В процессе освоения данной дисциплины студент формирует следующие профессиональные компетенции:</p> <p><b>Знание</b> - сущности маркетинга в социальных медиа, форм и методов формирования бренда и спроса на товар (услугу) в социальных сетях;</p> <p><b>Умение</b> - анализировать активность конкурентов, исследовать медиоповедение и медиапредпочтения потребителей товаров и услуг в социальных сетях;</p> <p><b>Навыки</b> - методами и средствами контентного маркетинга (бесплатного продвижения) и таргетированного маркетинга (платного продвижения) в социальных сетях, навыками использования сервисов мониторинга социальных сетей</p>				

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	№ раздела, подраздела, пункта, подпункта документа СМК	Дата введения изменения	Основание (№, дата приказа)	Дата введения изменения	Подпись лица, внёсшего изменение
1	<p>Решением Ученого Совета от 30.03.2023 г. (протокол №5) внесены изменения в образовательную программу 6В04107-Маркетинг, основанием для обновления является рекомендации академического комитета, изменения в ГОС ВО от 19.01.2023г. В ходе обновления образовательной программы были:</p> <p>1) во исполнение п.9. ГОС ВО от 19.01.2023г. в цикл ООД включен Модуль экономико-правовых и экологических знаний (Духовная культура казахского народа, Основы предпринимательства и ментор стартапов, Основы права и антикоррупционной культуры, Экология и безопасность жизнедеятельности, Методы научных исследований)" в объеме 5 кредитов</p> <p>2) произведено перераспределение кредитов (в связи с высвобождением кредитов итоговой аттестации) и включение дисциплин " Маркетинговая стратегия в B2B-секторе / Маркетинг в социальных сетях".</p>	30.03. 2023	Решение Ученого совета университета №5 от 30.03. 2023г	30.03. 2023	