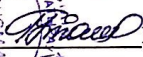


**Х. ДОСМҰХАМЕДОВ АТЫНДАҒЫ АТЫРАУ УНИВЕРСИТЕТІ КеАК
«ЭКОНОМИКА» КАФЕДРАСЫ**

Бекітілді
Экономика және құқық факультетінің кеңес
отырысының
2024 ж. «25» хаттама № 5
Факультет деканы  шешімімен
Р.С. Уталиева



ЭЛЕКТИВТІК ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ

**БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ
6В04107 - Маркетинг мамалығы
2024-2025 оқу жылы**

Атырау, 2024

№	Пәннің коды және атауы	Курстың мақсаты Негізгі тараулардың қысқаша сипаттамасы	Пререквизиттер	Қалыптасатын құзыреттіліктер (30 сөзден көп емес)	Пәндер циклы		Академиялық кредит көлемі	Ұсынылған семестр
					(ЖБП, БП, КП)	ЖК, ТК		
1 курс								
1	МЕРЕЗ 1108 Экономикалық-құқықтық және экологиялық білім модулі (Қазақ халқының рухани мәдениеті, Кәсіпкерлік негіздері және стартап менторы, Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері, Экология және тіршілік қауіпсіздігі, ғылыми зерттеу әдістері)	Модуль пәндерінің мақсаты білім алушыларда экономика, кәсіпкерлік және сыбайлас жемқорлыққа қарсы құқық, экология, тіршілік қауіпсіздігі мен ғылыми-техникалық орнықты дамуды қамтамасыз ету, рухани-адамгершілік мағынада заманауи тұлғаны қалыптастыру бойынша базалық білімді қалыптастыруға бағытталған. Студент ұлттық дәстүрлер мен рухани құндылықтарға құрмет көрсетуі керек; экономика мен кәсіпкерліктің негізгі принциптері мен заңдарын білу; құқықтық білімді өз бетінше алу дағдылары, өзінің ғылыми қызметін ұйымдастыру және жоспарлау дағдылары, проблемаларды шешу және экологиялық нормалардың талаптарына сәйкес шешімдер қабылдау.	Мектеп бағдарламасы	Пәнді оқу нәтижесінде білім алушы білу керек: ұлттық менталитетті, ұлттық идеяны, ұлттық тәрбиені, ұлттық мәдениетті және т.б; кәсіпкерлік қызметтің мәнін, оның түрлері мен нысандарын, кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыру негіздерін, Қазақстан республикасындағы кәсіпкерлік қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілерді, бизнес жоспар құруды, адам денсаулығын қамтамасыз ету принциптерін білу және қоршаған ортаның экологиялық қауіпсіздігін, экологиялық мәдениетті арттыруды; Кәсіпкерлік қызметтің тиімділігін бағалау принциптері мен әдістерін білу, қоршаған ортаның жай-күйі, адам денсаулығы, өмірінің қауіпсіздігі және табиғатты тұрақты дамуы үшін іс-әрекеттердің, мінез-құлықтың жүйелік салдарын болжау және бағалау. Істей білу: теориялық білімдерін практикалық іс-әрекетте қолдану дағдыларын дамыту.	ЖБП	ЖК	5	1

2	АН 1220 Академиялық жазылым	Пәннің мақсаты жазбаша және ауызша сөйлеу мәдениетін, академиялық сипаттағы жазбаша мәтіндерді құру принциптерін игеру. Кәсіби құзыреттілікті қалыптастыру және кеңейту, коммуникативті байланысты талдау мәтіндік қызметін қалыптастыру; студенттердің дағдыларын лингвистикалық және прагматикалық ойлау, талдау шеберлігін сауатты таңдауды жүзеге асыруға үйрету.	Мектеп бағдарламасы	Пәнді игеру нәтижесінде студент білуі керек: - қазіргі ақпараттық кеңістіктегі мәтіндерді аналитикалық өңдеудің мақсаттары мен міндеттерін; - аннотация мен рефератты коммуникативті ұйымдастыру принциптерін; - пікір жазу ережелерін; - ғылыми, ғылыми-техникалық және ғылыми-көпшілік мәтіндерге стилистикалық талдау жүргізу; - мәтіннің кәсіби ақпарат саласына стилистикалық және жанрлық түрін анықтау; - мәтінге семантикалық талдау жүргізу және оның кілт сөздерін бөліп көрсету; - сөйлеу мәнерінің құралдарын анықтау; - мәтіндердің мазмұнын аннотация, реферат, шолулар түрінде беру.	БП	ЖК	3	1
3	ЕТ 1201 Экономикалық теория	Курс студенттерде экономиканың ғылым ретіндегі ерекшеліктері туралы жалпы түсініктерді қалыптастыруға, студенттерді экономикалық ғылымның негізгі ұғымдарымен таныстыруға, студенттерді өткен, қазіргі және болашақтағы экономика туралы білімнің негізгі формаларымен, экономикалық ғылымның соңғы бағыттарымен және өткенді, бүгінді зерттеу әдістерімен, сондай-ақ болашақты болжаумен таныстыруға бағытталған.	Мектеп бағдарламасы	Экономика бойынша ғылыми көзқарастарын қалыптастыру, экономикалық категориялар мен заңдарды жүйелі түрде ұғынуы, экономикалық процестерді зерттеу әдістемесін меңгеру, рыноктық экономиканың негізгі құрамдас категорияларын білу керек: сұраныс, ұсыныс, бәсеке, кәсіпкерлік және т.б. және ұлттық экономика және әлемдік экономика деңгейінде қайта өндіру үрдісін танып білу керек.	БП	ЖК	5	1
4	ЕМ 1202 Экономикадағы математика	Пән білім алушыларда ұйымның өндірістік, экономикалық, ғылыми-зерттеу, өндірістік және қаржылық қызметін ұйымдастыруға және табысты		Пәнді оқу нәтижесінде студент: дифференциалдық және интегралдық есептеудің негізгі мазмұны; корреляциялық және регрессиялық байланыстарды орнату; экономикалық мәселелерді шешу үшін математикалық модельдерді қолдану.	БП	ТК	5	1

		жүргізуге ықпал ететін экономикадағы математикалық әдістер мен модельдерді қолдану бойынша білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған.	Мектеп бағдарламасы	Жасай білуі қажет: проблемаларды және тергеу функцияларын шешу үшін алгоритмдерді қолдану, экономикалық мәселелерді зерттеуде магистрлік математикалық әдістерді қолдану; проблемаларды шешу үшін аналитикалық және сандық әдістерді қолдануға дайын болу.				
	Есо 1202 Эконометрика	Математикалық және статистикалық модельдер мен әдістерді қолдана отырып, экономикалық объектілердің нақты сандық және сапалық өзара байланысын зерттейді. Әдістер болжамдардың сандық бағаларын алуға мүмкіндік береді (зерттелетін объект немесе оның аналогтары бойынша алдыңғы кезеңдердің тиісті деректеріне сәйкес басқа көрсеткіштердің мәндеріне және тиісті күтілетін қателерге байланысты бір көрсеткіштердің мәндерін).		Білуі тиіс: Экономикалық көрсеткіштері мен сандық өзара бір-бірімен байланыс заңдылықтарының моделдерін құру жолдарын; Біліктілігі: Экономикалық көрсеткіштердің бір-бірімен байланыстары мен аналитикалық заңдылықтарын регрессия тәсілдері арқылы анықтай білу; Дағдысы бар: экономикалық көрсеткіштерді математикалық-статистикалық әдіспен болжаулар жүргізуді; Құзыреттілігі: әртүрлі экономикалық моделдерді құрып, оларды тәжірибеде қолдануды.				
5	Мік1203 Микроэкономика	Пән студенттерде экономикалық мәдениетті қалыптастыруға және экономикалық заңдылықтарды, теориялар мен категорияларды, сондай-ақ микроэкономикалық талдау элементтерін білу арқылы болып жатқан процестер мен құбылыстарға бағдарлай білуге бағытталған. Курс нарықтық ұйымды және	Экономикалық теория, Мектеп бағдарламасы	Пәнді оқытудың нәтижесінде студенттер білуі керек: жеке шаруашылық субъектілері іс-әрекеттерінің микроэкономикалық үлгілері, микроэкономикалық талдау әдістер; қызмет көрсету нарығының жұмыс істеу механизмі; нарықтық тепе теңдік моделі; тұтынушылар талғамы теориясы және шығындар; монополиялық биліктің мәні мен көрсеткіштері; қоғамдық игіліктермен қамту мәселелері;	БП	ЖК	5	2

		нарықтың жұмыс істеу модельдерін зерттеуге бағытталған экономикалық субъектілердің нарықтық мінез-құлық теориясының негіздерін ашады.		Студенттер жасап білуі керек: Олар микроэкономикалық айнымалылар арасында себеп-салдарлық қатынастар мен тәуелділікті негізді түрде дәлелдей алады.				
6	NI 1212 Нарықтық инфрақұрылым	Курстың мақсаты нарықтық инфрақұрылымды реттеу тетігін зерделеу, нарықты реттеу механизмін қалыптастыру; көтерме сауда нарығын, бөлшек сауда нарығын, өндіріс құралдарының нарығын, тауар биржаларын, бағалы қағаздар нарығын, еңбек нарығын, ақпараттық нарығын, туристік қызметтер нарығын зерделеу.	Экономикалық теория	Курсты оқыған кезде келесі құзыреттер қалыптасады: тауар нарығының жай-күйі мен даму үрдістерін көрсететін тұжырымдаманы, санаттарды, индикаторларды анықтауды біледі; нарықтың инфрақұрылымының тарихын, нарықтағы көбею процесінде оның рөлі және осы үдерістерді мемлекеттік реттеудің негізгі принциптері; нарықтық экономикадағы биржалардың рөлі мен функцияларын айқындайды, олардың қызметіне баға береді; Экономикалық ақпаратпен жұмыс істеудің маңызды құралдарының бірі ретінде тауар нарығын зерттеудің және реттеудің негізіне ие.	БП	ТК	5	2
	SR 1212 Салалық нарықтар	Салалық нарықтар пәні студенттерді салалық өндірістік экономикасының нарыққа өтудің негізгі проблемаларын, экономикалық көрсеткіштік жүйелерін және олардың арақатынастарын, интенсификация бағалауының методикалық сұрақтары мен құрылымның тиімділігін, байланыс жүйесіндегі жаңа техниканың жұмыс істеуіне әсер ететін жағдайларды: резервте болған өндістерді табу үшін және еңбектік, материалдық және ақшалай байланыс ресурстарын		Білу керек: өндірістік еңбек көрсеткіштер негіздері мен энергетикадағы кадр спецификасы және энергокәсіпорындар қызметінің экономикалық көрсеткіш жүйесінің бір-бірімен байланысын көрсете білу. Біліктілігі: маңызды технико-экономикалық көрсеткіштермен есеп айырыса білуді жүргізе білу, бастапқы және амортизациялық құнының негізгі активтері, энергия өндірісінің өзіндік құнын білу. Дағдысы бар: күрделі салымдарды есептеу, өндіріс шығындар мен өнімнің өзіндік құн бірлігін анықтау. Қүзіреттілігі: энергетикалық кәсіпорындардың нарыққа өту жағдайында қойылатын талаптар мен				

		жақсырақ қолдануға және басқаруға үйретеді.		ұйымдастырушылық құрылымы мен энергетикадағы басқаруды ұйымдастыру.				
	ASR 1212 Әлеуметтік саланы реттеу	Курс мемлекеттің әлеуметтік – экономикалық қызметтерінің белсенділігін арттыру арқылы, адам капиталын жетілдіруге бағытталған және соның негізінде барлық экономикалық секторлардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету негізінде әлеуметтік бағытталған нарықтық шаруашылықты қалыптастыру арқылы ұлттық экономиканың дамуын игеруге бағытталған.		Пәнді оқу нәтижесінде студенттер білуі керек: әлеуметтік басқарудың негізгі әдістері мен функцияларын; әлеуметтік саладағы менеджменттің ерекшеліктері; әлеуметтік саланың деңгейлері мен элементтерінің типологиясы мен жіктелуін, әлеуметтік сала секторларында жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау және басқару шешімдерін қабылдау ерекшеліктерін; Жасай білу: әлеуметтік басқару жүйесінің тиімділігін талдау; әлеуметтік сала саласын басқарудың қажетті әдістерін таңдау; Дағдысы: әлеуметтік басқарудың әртүрлі әдістері; әлеуметтік саланы басқару процесіндегі жоспарлау және бақылау тетіктерін.				
2 курс								
7	МАК 2204 Макроэкономика	Пән студенттердің ұлттық шаруашылық жүйелерді талдау әдістемесін, олардың жұмыс істеуінің теориялық негіздерін, жұмыспен қамтуды макроэкономикалық реттеудің шарттары мен құралдарын, инфляцияны және экономиканың құрылымдық пропорцияларын меңгеруін қамтиды. Курс заманауи макроэкономикалық ойлауды қалыптастыруға, ұлттық және әлемдік нарықтардың өзара іс-қимылының жаңа теориялары мен тетіктерін игеруге бағытталған.	Экономикалық теория, Микроэкономика, Нарықтық инфрақұрылым	Білу: студенттердің үй шаруашылығы, кәсіпкерлік, экономикадағы циклдық ауытқулар мен конъюнктуралық өзгерістердің себептерін түсіне білуі керек; Түсіну: мемлекеттің макроэкономикалық саясатының мақсаттарын, мазмұны мен формаларын теория жүзінде дәлелдей білуге тиіс. Қолдану: мемлекеттік басқарудың тиімді жүйесіне деген жаңа талаптар мемлекеттің басқару жағдайын зерттеу және мемлекеттік басқару жүйесінің, ғылыми негізделген моделін жасау машығын студенттің бойына қалыптастыру.	БП	ЖК	5	3

8	Мен 2205 Менеджмент	Кәсіпорынды ұйымдастыру мен басқару әдістері мен негізгі қағидалары. Заманауи шаруашылық жүргізу жағдайында кәсіпорынды басқару тәжірибесі мен теориялық негізін бекітуде жүйелі түрде зерттеу. Менеджмент саласындағы шешім қабылдау үрдісінде салалық бәсеке шартында заманауи жұмыстардың тәсілдері мен әдістерімен танысу, себебі рыноктық экономикалық қатынастардың қалыптасуы жаңа міндеттерді шешу үшін қазіргі заманғы жаңа білімді меңгерген, білікті мамандарды дайындауды талап етеді.	Микроэкономика	Пәнді оқу нәтижесінде студенттер білуі тиіс: ғылым мен мамандық ретінде басқарудың дамуының негізгі кезеңдері; даму принциптері мен үлгілері; қазіргі ұйымдағы менеджердің рөлдері, функциялары мен міндеттері; Істей білу керек: кәсіби функцияларды іске асыруға байланысты міндеттерді қалыптастырудағы мақсат қою; ұйымдық құрылымды талдап, оны жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу; басқару міндеттерін шешу үшін командалық жұмыс ұйымдастыру.	БП	ЖК	5	3
9	ТМЕК 2209 Трейд маркетинг және электронды коммерция	Курс білім алушыларда маркетингтің қазіргі заманғы тұжырымдамаларын және коммерциялық операцияларды жасау технологияларын қоса алғанда, электрондық коммерция негіздерін пайдалана отырып, қазіргі заманғы ұйымды басқару үшін қажетті білімді, іскерлікті және практикалық дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Студенттерді пән аясында дайындау маркетингтік зерттеулер әдіснамасын және Интернет желісінің жұмыс істеуінің технологиялық аспектілерін пайдалану арқылы	Экономикалық теория, Микроэкономика Нарықтық инфрақұрылым	Оқытылатын пәннің құзыреттері: - тауар нарықтарын зерттеу және талдау әдістерін меңгереді; -тауарлар мен қызметтер нарығында коммерциялық операцияларды ұйымдастыру тәсілдерін меңгереді; - тауарлар мен қызметтер нарығында коммерциялық және сауда-делдалдық операцияларды ұйымдастыру әдістеріне иелік етеді. - сауда компанияларының маркетингтік менеджментінің заманауи әдістерін қолдана алады; - сауда процесін тиімді ұйымдастыру әдістерін меңгереді	БП	ЖК	8	3

		нарықтық мүмкіндіктерді зерттеуді қамтиды.						
10	Сен 2213 Баға белгілеу	Нарық шаруашылығындағы баға санаты нарық құрылымы және баға қалыптастыру. Баға жүйесі және оның жіктелімі. Бағаға әсер етуші факторлар. Баға белгілеу әдістері. Баға саясаты және баға стратегиясын таңдау. Баға белгілеудің тактикасы. Мемлекеттік баға белгілеу әдістері.	Экономикалық теория, Микроэкономика Нарықтық инфрақұрылым	Білуі тиіс: Баға жүйесі және оның жіктелімі. Бағаға әсер етуші факторлар. Біліктілігі: Кәсіпорын персоналдарының жүйесі Дағдысы бар: «Кәсіпорын құнын бағалау» оқу пәндерімен қосылып баға саясатының, баға белгілеу Құзыреттілігі: әлемдік баға және оны қалыптастырудың механизмдерін жетілдіру.	БП	ТК	5	3
	МAB2213 Медиа арналарды басқару	Курстың мазмұны медиаұйымдарды басқару принциптерін және басқа бизнес түрлерімен салыстырғандағы құрылымдарды басқару ерекшеліктерін; шығармашылық ұжымдарды икемді және бейімделген басқару ерекшеліктерін және шығармашылық персоналды уәждемелеу әдістерін; кәсіби саладағы есептерді шешу үшін ресурстардағы қажеттілікті бағалау және оларды пайдалануды жоспарлайды.		Білу керек: коммуникация процесінің мазмұнын және оның құрамдас бөліктерін, БАҚ қызметінің ерекшеліктерін және БАҚ түрлерін, ақпараттық кеңістіктің құрылымын; Істей білу: әртүрлі медиа арналармен тиімді қарым-қатынас орнату, компанияның медиа базасын бағалау және оңтайландыру; Игеру: компанияның БАҚ-пен байланысының ұйымдастырушылық-экономикалық құрамдас бөлігін, әртүрлі медиа арналардың ақпараттық мүмкіндіктерін, ақпараттық ашықтықты анықтау және қалыптастыру және ақпараттық қауіпсіздікті сақтау дағдыларын жүйелі түсіну.				
	ЕКZh2213 Электрондық коммерциядағы жарнама	Курс білім алушыларға электрондық коммерция мүмкіндіктері туралы түсінік қалыптастыруға, электрондық коммерцияның теориялық негіздерін және фирмааралық өзара іс-қимыл процестерінде		Білу керек: жарнамалық стратегияны қалыптастырудың негізгі теориялық және әдістемелік ережелерін және жоғары бәсекелес интернет-ортасында жарнамалық қызметті басқаруды; интернет-ресурсты жылжытудың әртүрлі нысандары мен әдістерін таңдау тәртібін.				

		тұтынушылық нарықта оның технологияларын қолданудың практикалық негіздерін меңгеруге, ұтқыр және телевизиялық коммерцияның ерекшеліктерін белгілеуге, электрондық сауда алаңдарында интернетте жұмыс істеу дағдыларын қамтамасыз етуге, электрондық коммерция процестерінде фирмааралық өзара іс-қимылды ұйымдастырумен танысуға, тауарлар мен қызметтердің тұтынушылық нарығында электрондық коммерция технологияларын зерделеуге мүмкіндік береді.		Істей білу: коммуникациялық шешімдерді қабылдау және іске асыруды, компанияның интернет-ресурсының байланысын ұйымдастыруды және қолдауды білу. Игеру: электрондық коммерциядағы жарнамалық коммуникацияларды басқару процесінің ұйымдастырушылық-экономикалық және коммуникативті құрамдас бөлігін жүйелі түрде көрсету және ұйымдастырушылық-экономикалық негіздеуді дайындау дағдыларын.				
11	BS 2206 Бизнес статистикасы	Осы курсты оқып үйренуден студенттердің статистикалық ғылымды білуі басталады. Курс ұлттық экономиканы басқарудың маңызды құралдарының бірі болып табылады. Статистикалық әдіснаманы зерттей отырып, студенттер бизнес статистикасы туралы жеткілікті білім алады, оларды кәсіпорындағы ғылыми және практикалық қызметте пайдалану үшін кейбір кәсіби дағдыларға ие болады.	Экономикадағы математика, Эконометрика, Макроэкономика Микроэкономика	Білуі тиіс: Экономикалық ақпараттарды жинап, талдаудың әдістері мен принциптерін игеру. Біліктілігі: Есептік мәліметтерді өңдей білу. Дағдысы бар: мәліметтерді жинау мен өңдеуде дағдысы болу. Құзыреттілігі: экономиканың кез-келген саласында мәліметтерді өңдеуде тәжірибесі болу.	БП	ЖК	6	4
12	Kar 2206 Қаржы	Курс барлық мамандықтар бойынша оқуға міндетті теориялық негізгі пәндер болып табылады. Курста қаржыны	Экономикадағы математика, Эконометрика, Макроэкономика	Білу керек: қоғамдық ұдайы өндірістегі қаржының мәнін, функциялары мен рөлін айтады.	БП	ЖК	6	4

		ұйымдастыру және басқару негіздері, Қазақстан Республикасының қаржы жүйесінің құрамы мен құрылымы, шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржысы, мемлекеттік қаржы, сақтандыру негіздері, қаржының өзекті мәселелері жүйелі түрде қарастырылады.	Микроэкономика	Дағдысы бар: Кәсіпорын мен ұйымдар деңгейінде қаржылық-экономикалық көрсеткіштерді есептейді; Біліктілігі: Мемлекеттің, шаруашылық жүргізуші субъектілердің және үй шаруашылықтарының қаржылық-экономикалық қызметінің мәселелері мен келешегі туралы ақпаратты жүйелейді. Құзіреттілігі: Шаруашылық жүргізуші субъектілердің, мемлекеттің, үй шаруашылықтарының қаржылық қызметін бағалайды және басқарушылық шешімдер қабылдайды.				
3 курс								
13	BZh 3301 Бизнес жоспарлау	Пән шеңберінде бизнес-жоспарлау теориясы мен құралдарының негіздерін, бизнес-жоспарларды әзірлеу түрлерін, мүмкіндіктері мен шарттарын; бизнес-жоспардың негізгі бөлімдерінің мазмұнын, есептілік нысандарын және бизнес-жобаның инвестициялық тартымдылығын бағалау көрсеткіштерін зерделеу; кәсіпорынның шаруашылық қызметінде бизнес-жоспарды құру, талдау және қолданбалы пайдалану әдістемесін іс жүзінде қолдану жоспарлануда.	Экономикадағы математика, Эконометрика, Микроэкономика, Қаржы, Кәсіпкерлік негіздері және стартап менторы	Білуі тиіс: Бизнесі жоспарлаудың тәжірибелік дағдыларын студенттерге қалыптастыру; Нарық экономикасында фирманы, кәсіпорындарды басқару жүйесінде жоспарлардың мәні мен қажеттілігін көрсету; Біліктілігі: Бизнесі жоспарлаудың қазіргі әдістері мен тәсілдерін студенттерге оқыту. Дағдысы бар: Фирмаларда жоспарларды дұрыс ұйымдастыру дағдысын қалыптастыру. Құзыреттілігі Индикативтік жоспарлау экономикалық әдістердің негізгі саласын жетілдіру	КП	ЖК	5	5
14	КК 3302 Кәсіпкерлік құқық	Курс студенттерді кәсіпкерлік құқықтың теориялық негіздеріне және экономикалық қызметті құқықтық реттеу	Экономическая теория, Менеджмент, Кәсіпкерлік	Осы пәнді игеру барысында білім алушы келесі құзыреттерді қалыптастырады: - ҚР кәсіпкерлік заңының жүйесі мен оның қағидалары мен міндеттерін, сондай-ақ	КП	ЖК	5	5

		қағидаттарына оқытуға, кәсіпкерлік қызметтің құқықтық негіздері туралы теориялық білім жүйесін қалыптастыруға, сондай-ақ кәсіпкерлік субъектілерінің экономикалық қызметі процесінде алынған білімді қолданудың практикалық дағдыларын қалыптастыруға бағытталған.	негіздері және стартап менторы	тарихы жайлы ; - жүзеге асырылудағы перспективалары жайлы көрініс білуге; - кәсіпкерлік құқықты жүзеге асыру мақсатында қаржы құқығы институттары мен нормаларының мазмұнын білуге; - нормативтік құқықтық актілерді өз бетінше пайдалануды білуге; - тәжірибелік ситуацияларды шеше алуды білуге; - нормаларды құқықтық ситуацияларда дұрыс пайдалана білу.				
15	SS 3303 Салық және салық салу	Салық және алым түсінігі. Қаржылық-экономикалық категория ретінде салықтардың мәні. Салықтардың функциялары. Жеке тұлғалардың табыстарына салынатын салық, оның мақсаты. Салық жүйесіндегі және бюджеттің кіріс көздеріндегі орны мен рөлі. Шағын кәсіпкерлік субъектілеріне салық салу. Ұйымдар мен жеке тұлғалардың мүлкіне салық салу, заңды және жеке тұлғалардан алынатын басқа да салықтар мен алымдар.	Экономикадағы математика, Микроэкономика, Қаржы.	Білуі - ҚР салықтар мен бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің түрлерін біледі, ҚР салық жүйесінің қалыптасу мен даму кезеңдерін, елдің салық механизмі мен салық саясатын айта білу; Түсінуі - бюджеттік жүйе деңгейлері бойынша салықтар мен міндетті төлемдерді айыра біледі және оларды категориялары бойынша жіктей алады; Қолдануы – нақты салықтар, алымдар, төлемдер, баждардың нақты түрлері бойынша практикалық есептер шығара алады; Талдауы - қазақстандық салық жүйесіндегі өзгерістерді бақылайды және салық заңдылығындағы өзгерістерді талдайды.	КП	ЖК	5	5
16	HRM 3304 HR Менеджмент	Оқыту барысында студенттер персоналды стратегиялық басқару негіздерін; кадр резервімен жұмысты ұйымдастыру негіздерін; ұйымның стратегиялық жоспарларына сәйкес Персоналды ағымдағы іскерлік бағалаудың мақсаттары, міндеттері мен түрлерін	Микроэкономика, Менеджмент.	Білуі тиіс: мақсаттарды дұрыс етіп жасап, оған жету үшін міндеттерді қоя білу; стратегиялық, тактикалық, оперативті жоспарларды жасау. Біліктілігі: менеджмент түсінігін; қазіргі заман менеджеріне қойылатын негізгі талаптарын; басқарудың ғылыми тәсілдерін, функцияларын, тәсілдерін, басшылық стилін;	КП	ЖК	5	5

		зерделейді; персоналды іріктеу және тарту саласындағы ұйым стратегиясының бәсекеге қабілеттілігіне талдау жүргізу дағдылары қалыптасады.		Дағдысы бар: Әр түрлі басқару қызметін жүзеге асыру, басқару жүйелерін талдау және оларды жобалауды нақты дағдылардың. Құзыреттілігі өз жұмыс уақытын жоспарлау; жағдайлық өзгешеліктерді ескере алу, тиімді шешімдер қабылдау және болашақты жобалау арқылы әрекет ете алу				
17	BE 3208 Бухгалтерлік есеп	Бухгалтерлік есеп - жалпыға бірдей қабылданған бухгалтерлік есеп және қаржы есептілігінің стандарттарына негізделген экономика мамандықтарының студенттеріне арналған негізгі курс. Бухгалтерлік есеп деректері бойынша барлық экономикалық қызмет сипатталады, оның кірісі немесе шығыны есептеледі, оның қаржылық жағдайы ашылады. Субъектінің мүліктік қауіпсіздігін бақылау және басқару шешімдерін қабылдау үшін қажетті ақпарат жинақталады.	Экономикадағы математика, Қаржы.	Білу тиіс: бухгалтерлік есеп жүргізу жүйесін; қаржылық есеп жүргізудің қағидаларын; Дағдысы бар: қаржылық есеп берудің халықаралық стандарттарының талаптарына сәйкес жүргізуді меңгеру; аудитті ұйымдастыру негіздері; Біліктілігі: бухгалтерлік есептің автоматтандырылған жүйесі, ІС: Бухгалтерия Құзіреттілігі: қаржылық есепті тұтынушыларды толық шындық ақпаратпен қамтамасыз етудің тәртібімен танысу.	БП	ЖК	5	5
18	MB 3305 Маркетингі басқару	Ұсынылған пән маркетингі басқару әдістемесі бойынша теориялық білімді, маркетингтік басқарудың стратегиясы мен тұжырымдамасын үйретеді	Баға белгілеу, Медиа арналарды басқару, Электрондық коммерциядағы жарнама, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Білу: кәсіпорынның қазіргі заманғы маркетингтік саясатының негізгі ұғымдары, санаттары мен құралдарын үйренеді. Түсіну: Кәсіпорынның сыртқы және ішкі маркетингтік ортасын талдау, оның негізгі элементтерін айқындау және олардың кәсіпорынға әсерін бағалау. Қолдану: Маркетинг саласында іргелі және қолданбалы білім беру, маркетингтік ақпаратты синтездеу, талдау және қабылдау, маркетингтік мақсаттар мен стратегияларды белгілеу, оларға қол жеткізу жолдарын	КП	ЖК	5	5

				таңдау, маркетингтің тиімділігін бағалау, аналитикалық әдістерді пайдалану.				
19	Mer 3214 Мерчандайзинг	"Мерчандайзинг" пәні мерчандайзингтің теориялық негіздерін, жекелеген тауарларды немесе олардың кешендерін жылжыту үшін мерчандайзингтің құралдары мен әдістерін, сауда залында қолайлы атмосфераны құру тәсілдерін, тұтынушының мінез-құлқын басқару әдістерін, мерчандайзингті жіктеу және мерчандайзингті анықтау тәсілдерін қалыптастыруға бағытталған.	Баға белгілеу, Медиа арналарды басқару, Электрондық коммерциядағы жарнама, Трейд маркетинг және электронды коммерция, Экология және тіршілік қауіпсіздігі, ғылыми зерттеу әдістері	Осы пәнді игеру барысында білім алушы келесі құзыреттерді қалыптастырады: Білу - тауарларды жылжытуға және өнімді өткізуге байланысты басқарушылық міндеттерді шеше алады, сонымен қатар тауарлар мен қызметтердің ассортименті мен сапасын басқара және бағалай алады, ақауларды диагностикалайды, тауарлар мен қызметтер сапасының қажетті деңгейін қамтамасыз етеді. Мерчандайзинг ұғымдарын, міндеттерін және функцияларын білу. Бизнес-процестің барлық қатысушыларының мүдделерін ескере отырып, мерчандайзинг бағдарламасын құрастыра және жүзеге асыра білу.	БП	ТК	6	6
	MZAKT 3214 Маркетингтегі заманауи ақпараттық-коммуникативтік технологиялар	Бұл пән әр түрлі ақпараттық жүйелер мен технологиялардың, олардың құрамы мен ақпаратты өңдеудің мүмкіндіктерінен, жүйелерді қолдайтын заманауи бағдарламалық құралдардан, мәліметтер базасын, білім базаларын, сараптамалық жүйелерді іңімдастыру және құру принциптерінен, әдістерден тұрады. Ақпараттық жүйелерді интеллектуализациялау, заманауи техникалық және бағдарламалық мультимедиялық технологияларды, мәліметтер		Пәнді меңгеру нәтижесінде қалыптасатын құзыреттер: – ақпараттық жүйелер мен ақпараттық-коммуникациялық технологиялар нарығын зерттеу және талдау; – электрондық кәсіпорынды әлемдік нарықта орналастыру мүмкіндігі; тұтынушылық аудиторияны қалыптастыру және тұтынушылармен өзара іс-қимыл жасау, сатуды ұйымдастыру; – тұтынушыларға АЖ және АКТ бизнесін басқаруды ұтымды таңдау бойынша кеңес беру мүмкіндігі – АКТ нарығының мақсатты сегменттерін сипаттай білу – АКТ саласындағы инновациялар негізінде жаңа бизнес-жобаларды құру бойынша бизнес-жоспарларды әзірлеу қабілеті.				

		базасының модельдері мен сәулетін, басқару жүйелерін және ақпаратты сақтау құралдарын зерттеу жобалау әдістері мен құралдары, жергілікті және глобалды желілерде мәліметтер базасын басқарудың ерекшеліктерін көздейді.						
	TAZhSM 3214 Тұрақтылық және әлеуметтік жауапкершілік саласындағы маркетинг	Тұрақты және әлеуметтік жауапты өнімдер мен қызметтерді ілгерілету үшін маркетингтік стратегиялар мен құралдарды қолдану. Тұрақты өнімдерге тұтынушылардың сұранысын зерттеу және тұтынушылардың әлеуметтік қалауын түсіну. Тұрақты даму мен әлеуметтік жауапкершілікке байланысты құндылықтарды әзірлеу және байланыстыру. Маркетингтік әрекеттердің тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін зерттеу және олардың саналы таңдауын қалыптастыру.		Пәнді меңгеру нәтижесінде қалыптасатын құзыреттер: КӘЖ және әлеуметтік маркетинг тақырыбына қатысты дағдылар мен түсініктерді меңгеру; -КӘЖ және әлеуметтік маркетингті реттейтін нормативті құқықтық базамен, қарым-қатынастар желісін құру құралдарын енгізу механизімін жан-жақты түсіну үшін қажетті тұжырымдамалар мен тәсілдермен танысу; - әлеуметтік маркетинг құралдарын пайдалана отырып, сыни ойлау құзіреттелегін дамыту				
20	МКМ 3215 Мобильді қосымшалар маркетингі	Мобильді қосымшалар нарығын зерттеу және пайдаланушылардың қажеттіліктерін анықтау. Пайдаланушыларды тарту және ұстап қалу үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеу және енгізу. Жарнаманы, ASO (App Store Optimization), әлеуметтік медианы және серіктестік	Бизнес жоспарлау, Медиа арналарды басқару, Электрондық коммерциядағы жарнама, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Пәнді меңгеру нәтижесінде қалыптасатын құзыреттер: -Маркетингтік кешеннің дамуының заманауи тенденцияларын білу; -мобильді жылжыту стратегиясын әзірлеуді және қолданбаңыздың рейтингін көтеруді білу және интернетте маркетингтік зерттеулер жүргізу;				

		бағдарламаларды қоса алғанда, әртүрлі маркетингтік арналар арқылы Мобильді қосымшаларды жылжыту.Қанағаттану мен адалдықты арттыру үшін кері байланыс, кері байланыс және қолдау арқылы пайдаланушымен байланыс.		-жарнаманы дұрыс бағыттау білу және көбірек пайданушыларды тарта білу; нақандардың тиімділігін бағалай білу.	БП	ТК	5	6
	МВА 3215 Маркетингтегі бизнес- аналитика	Негізделген бизнес шешімдерін қабылдау үшін маркетингтік әрекеттер мен нәтижелер туралы деректерді жинау және талдау. Маркетингтік нақандар мен стратегиялардың тиімділігін бағалау. Нарықтық тенденциялар мен тұтынушылық мінез-құлықты болжау және модельдеу. Маркетингтік бастамалардың сәттілігін өлшеу үшін негізгі көрсеткіштер мен өнімділік көрсеткіштерін анықтау. Нәтижелерді байланыстыру және қорытындыларды ұсыну үшін есептер мен деректерді визуализациялауды әзірлеу.		Пән келесі құзіреттерді қалыптастырады: Білу: әртүрлі салалардағы экономикалық талдаудың заманауи тұжырымдамалары мен қолданбалы зерттеулерін; Істей білу: интеллектуалдық, жалпы мәдени және кәсіби деңгейді дамыту; қаржылық есептілікті талдау және олардың негізінде ұйым қызметінің тәуекелі жоғары салаларын білдіретін аспектілері туралы алдын ала қорытындылар жасау; Игеру: саланың ерекшелігін ескере отырып, қаржылық және басқару бизнес аналитикасының дағдыларын кәсіби қолдану негізінде әр-түрлі экономикалық мәселелерді шешу үшін маркетингтегі талдау принциптерін қолдану қабілеті.				

21	MZ 3306 Маркетингтік зерттеу	Пән мазмұны маркетингтік ақпараттарды жинаудың әртүрлі құралдары мен әдістері туралы, оларды өңдеу, талдау және ұсыну туралы, маркетингтік зерттеу үдерістерін жоспарлау туралы, маркетингтік шешімдерді қабылдау туралы, бірінші және екінші деңгейлі ақпараттарды алу көздері туралы, маркетингтік зерттеу кезеңдері туралы, зерттеу жоспарын жасақтау туралы, маркетингтік зерттеуді жүргізгендігі туралы есеп мазмұнына қойылатын талаптар туралы білімді қамтиды.	Бизнес жоспарлау, Медиа арналарды басқару, Электрондық коммерциядағы жарнама, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Пәнді меңгеру нәтижесінде келесі құзыреттер қалыптасады: - сандық талдау мен модельдеудің өзіндік әдістерін, теориялық және эксперименттік зерттеулерін; - ойлау мәдениетін меңгеру, ақпаратты қабылдау, жалпылау және талдау, мақсат қою және оған жету жолдарын таңдау; - экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын және сұранысты қалыптастыруды талдай білу; маркетингтік зерттеулер және менеджменттің озық тәжірибелерін салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде пайдалана білу	КП	ЖК	5	6
22	GM 3216 Ғаламтор-маркетинг	Бұл пән тауарлар мен қызметтер саласындағы интернет-маркетингтің ерекшеліктерін, ғаламтордағы нарықтық ортаны зерттеу және талдау негіздерін, тауарлар мен қызметтер нарығында сегменттеу және позициялау ерекшеліктерін, маркетингтік стратегияны әзірлеуді, интернет желісінде жоспарлау және бақылауды, қызметтер мен тауарлар бағасын есептеуді, баға белгілеу стратегиясын, қызметтер маркетингі моделін әзірлеуді, тауарлар мен қызметтер саласындағы клиенттік ниеттестік жүйесін және	Бизнес жоспарлау, Менеджмент, Медиа арналарды басқару, Электрондық коммерциядағы жарнама, Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Пәнді игеру нәтижесінде келесі құзыреттер қалыптасады: Білу: интернет маркетингтің негізгі принциптері мен әдістерін; Істей алуы: Интернет желісінде кәсіпорындар үшін тиімді жарнамалық науқан жүргізу үшін маркетинг құралдарын өз бетінше және дұрыс таңдау; Игеру: ғаламдық интернетте тиімді маркетингтік қызмет үшін қажетті деректерді жинау, өңдеу, талдау және интерпретациялау дағдыларын; Қабілеттілігі: интернеттегі маркетинг құралдарын пайдалану және оларды жарнамалық науқандарды жүргізу кезінде қолдану, Маркетингтік стратегияның мақсаттарын орындау үшін интернет-маркетинг стратегияларын әзірлеу және цифрлық байланыс арналарын таңдау;	БП	ТК	5	6

		бәсекелестіктің ерекшелігін әзірлеуді қарастырады.						
	BM 3216 Бренд менеджмент	Бренд-менеджмент пәні базалық қағидаттарда, стратегияларда, ішкі логикада, заманауи коммуникативтік үдерістің ерекшеліктері мен үрдістерінде (визуалды, әлеуметтік және медиа коммуникацияларда) өздігінен бағдарлануға, коммуникативтік құзыреттілікті және тәжірибеде бренд- менеджмент технологияларын тиімді қолдану мүмкіндігін арттыру үшін, бренд- менеджмент жаңа технологиялары мен құралдарын зерделеу, тұтынушылық, өнеркәсіптік, саяси салаларда брендтерді жылжыту және басқару кабілеттерін дамытуға бағытталған.		Пәнді игеру нәтижесінде келесі құзыреттер қалыптасады: - ұйымдастырушылық даму және өзгерістер бағдарламаларын әзірлеу және олардың іске асырылуын қамтамасыз ету қабілеті; бизнес-процестерді басқару және олардың тиімділігін бағалау үшін талдамалық материалдар дайындау қабілеті; - білу: заманауи нарықтарда әртүрлі компаниялардың жұмыс істеуінің бизнес- моделіндегі брендингінің рөлі; бренд түрлері және олардың әртүрлі рөлдері; брендинг теориялары мен құралдары; - меңгеруі тиіс: -B-to-c және b-to-c нарықтары үшін брендтер құру принциптері мен технологиялары; бренд-имиджді модельдеу технологияларын меңгеруі; алынған білімді зерттеу жұмысында қолдану дағдылары.				

	KB 3216 Қонақ үй бизнесі	Бұл курс қонақ үйлер мен басқа да орналастыру құралдарын басқарудың қазіргі заманғы жүйесінің теориялық негіздерін қалыптастыруға, қонақ үй кешендерінің жіктелуін, қонақ үй кәсіпорын персоналын ынталандыру әдістері мен мотивация түрлерін және қонақжайлылық индустриясының қазіргі заманғы даму үрдістерін зерттеуге және бәсекеге қабілеттілікті дамытуға бағытталған.		Пәнді оқу нәтижесінде білім алушы: білуі керек: қонақ үй бизнесінің қазіргі жағдайын; қонақ үй бизнесінің даму тенденциялары мен құқықтық және нормативтік құжаттар; қонақ үй қызметтерін ұйымдастыру, персоналға қойылатын біліктілік талаптары; меңгеруі тиіс: қонақ үйде жұмыс істеудің негізгі әдістері; қонақ үйдің функционалдық қызметтерінде жұмысты ұйымдастыру, Қонақ үй қызметтерін қалыптастыру және ұсыну және қонақ үй өнімін жылжыту дағдылары.				
23	AM 3216 Аймақтар маркетингі	Курс маркетингті экономикалық және әлеуметтік құбылыс ретінде қарастыра отырып, аймақтық тұжырымдамадағы маркетинг қызметінің затын, маркетингтер аймағында маркетингтік зерттеуді өңдеуде ақпараттардың сандық және сапалық талдау әдістерін қарастыратын, ұйымды басқару міндеттерін шешуде аймақтық қалыптасуларды үлгілеудегі заманауи әдістерді, аймақты қаржыландыру және инвестициялау шарттарын, аймақтық маркетинг құралдарының кешендерін игеруді қарастыратын материал ретінде ұсынылады.	Бизнес жоспарлау, Нарықтық инфрақұрылым, Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: білуі керек: аймақтық маркетингтің маңызын, оның мақсаттарын, міндеттерін, принциптері мен функцияларын; аймақтың маркетинг субъектілерін; Істей алуы: нарықтарды сегменттеу, аймақты позициялау мен саралауды жүзеге асыру; маркетинг объектілерінің өнім, баға және коммуникациялық стратегияларды әзірлеу; аймақтың маркетинг саласында маркетинг құралдарын қолдану. Меңгеру: аймақтың маркетинг саласында маркетингтік зерттеулер жүргізудің әдістемесін, негізгі аумақтық маркетинг стратегияларын құрудің негізгі әдістері.				

	SBMT 3216 Сала бойынша маркетингтік талдау	Курс белгілі қызмет аяларында маркетингтің ерекшеліктері мен қолданылу қажеттілігі туралы білімді, әртүрлі қызмет салаларында маркетингтік әрекетті жүргізуге мүмкіндік беретін құзіреттіліктер мен дағдыларды, маркетингтік технологиялар мен құралдарды қолданудың тәжірибелік дағдыларын игеруге бағытталған.		Пәнді меңгеру нәтижесінде келесі құзыреттер қалыптасады: Игеру: әртүрлі салаларда басқару шешімдерін әзірлеу үшін маркетинг құралдарын пайдалану дағдыларын; - кәсіпорын (ұйым) қызмет ететін саланың ерекшеліктерін ескере отырып, ассортименттік саясатты жоспарлау мүмкіндігі; - әртүрлі салалардағы кәсіпорындар жұмысының ерекшеліктерін ескере отырып, коммуникациялық саясаттың негізгі әдістерін қолдана білу; – сату желісін ұйымдастырудың негізгі механизмдерін және әртүрлі салаларында өнімді бөлу жүйесін түсіну.	БП	ТК	6	6
	МАТО 3216 Туристік саладағы маркетингтік аудит	Курсты иегеру туристік кәсіпорынның маркетингтік ортасын, туристік нарықты және өнімді зерттеуді, бәсекелестерді анықтауды, туризм саласындағы өткізуді тұрақтандыру және жарнама мәселелерін, оларды жүргізу сапасы және сонымен байланысты туризм саласындағы маркетингтік сәйкесінше білімі бар кадрларды дайындау мәселелерін қарастырады, туризмнің мәдени-танымдылық бағыттарын және туризм түрлерінің даму перспективаларын анықтайды.		Пәнді меңгеру нәтижесінде келесі құзыреттер қалыптасады: - корпоративтік стратегияны әзірлеу қабілеті; - туризм индустриясындағы маркетинг және аудит бойынша соңғы зерттеулердің негізгі нәтижелерін білу; маркетингті басқару процестерін сандық және сапалық талдаудың негізгі ұғымдары, әдістері мен құралдары; стратегиялық басқару процесінің негізгі элементтері және баламалы даму стратегиялары				

4 курс

24	Log 4217 Логистика	Білім алушыға логистика мазмұнын арнайы ғылым ретінде оның негізгі тұжырымдамаларымен және технологияларымен таныстыру, оның экономиканың жаһандық, макро, микрожүйелерінің қалыптасуындағы ролін айқындау. Логистиканың сатып алу, тасымалдау, өндірістік, ақпараттық, тарату секілді функционалды салаларын, сонымен қатар қор логистикасын, қоймалауды және сервистік қызмет көрсетуді қарастырады.	Бизнес жоспарлау, Нарықтық инфрақұрылым, Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Курсты оқу барысында білім алушылар материалдық ағындардың жылжыту нәтижесінде пайда болатын экономикалық құбылыстар мен процестердің мәнін түсінуге, логистикалық жүйелердің жұмыс істеуін арттыру резервтерін анықтауға және келесі құзыреттерге ие болуға үйренуі керек: -қоймалауды, жүктерді өңдеуді және орауды ұйымдастыру дағдылары бар; - логистикалық қызметтерді ұсыну сапасының критерийлерін бағалайды; көлік түрін таңдауға әсер ететін факторларға баға береді: жеткізу мерзімі, жөнелту жиілігі, жүкті жеткізу кестесін сақтаудың сенімділігі, кез-келген аумаққа нр-түрлі жүктерді жеткізу мүмкіндігі, жеткізу құны және т.б	БП	ТК	6	7
	ТМ 4217 Транспорттық маркетинг	Пән жалпы және көліктік маркетингтің ерекшеліктерін, кәсіпорындағы маркетингтік қызмет жүйесін, көлік нарығын зерттеу және көлік қызметтеріне сұранысты қалыптастыру, көлік маркетингі мен маркетингтік логистикадағы стратегиялық және тактикалық жоспарлаумен танысу, көлік қызметтерін жылжыту, коммуникация стратегиясы және өткізуді ынталандыру, көлік өнімінің жаңа түрлеріне тарифтерді белгілеу, тауарларды тарату: бөлу және тауар қозғалысы арналары, сондай-ақ әртүрлі көлік түрлерінде тауарларды тасымалдауды көздейді.		Курсты оқу барысында білім алушылар: Білу: маркетингті басқару процесі, маркетингтік зерттеулер, нарықты сегменттеу, мақсатты сегментті таңдау; өнімді (қызметті) орналастыру; Істей алуы: автомобиль техникасы мен жабдықтарына сервистік қызмет көрсету нарығының жай-күйін зерделеу бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу, тұтынушылық сұраныстың сипаттамаларын зерттеу. Иелік ету: маркетингтік стратегиялардың экономикалық тиімділігін есептеу және анықтау әдістері, негіздеу дағдылары. маркетингтік стратегиялардың экономикалық тиімділігі				

	ТКМ 4217 Туризмдегі креативті маркетинг	Бұл пән туристік индустрияда маркетингтік жүйенің құрылуы мен жұмыс істеуінің мәнін, студенттерді туристік қызметтерді жылжыту мен сатуда маркетингтік құралдарды практикалық қолдануға дайындайды, ішкі және халықаралық нарықтарда туристік қызметтерді сатудың әдістерін, жарнамалық, қоғамдық іс-шараларды ұйымдастыруға және өткізуге үйретеді.		Курсты оқу барысында білім алушылар: Тұтынушылардың жеке және мәдени әртүрлілігін, туристік өнімдерді туристік нарыққа креативті жылжытуды; креативті маркетингке, Кәсіпкерлікке, қызмет көрсету мен жылжытуды ұйымдастыруға, экскурсияға және туристік қызметтің басқа да объектілеріне байланысты объектілерді, құбылыстар мен оқиғаларды білу мен түсінуді көрсетеді.				
25	ОМ 4309 Өнеркәсіптік маркетинг	Ұсынылған пән өнеркәсіптік мәнге ие өнімдер нарығындағы маркетингтік қызмет ерекшеліктерін, тұтынушы тәртібінің белгілерін, өнеркәсіптік нарықтардың зерттелуі мен сегменттелуін, өнімдердің тұтынушылар нарығына бағытталуын, стратегиялардың қалыптасуы мен жүзеге асырылуын, өнеркәсіптік маркетинг кешенінің негізгі элементтерін анықтайды.	Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция, Интернет маркетинг	Пәнді оқу нәтижесінде білім алушы: - кәсіпорындардағы маркетингтің мақсаттары мен міндеттері туралы түсінікке ие болу, өнеркәсіптік маркетингтің негіздерін, дәстүрлі маркетингтен айрықша ерекшеліктерін білу; - сатып алу орталықтарын, іс жүзінде іске асырылған кәсіпорындардың маркетингтік шешімдерін талдай білу, сондай-ақ іскерлік келіссөздер жүргізу; - нарықтың тауарлық, баға, тарату және коммуникациялық саясаты саласында шешім қабылдау дағдыларын игеру.				
	МВВКМ 4309 Медициналық және білім беру қызметіндегі маркетинг	Пән білім беру және медициналық мекемелердің маркетинг концепциясының мәнін, білім беру және медициналық мекемелердің тауарлық, бағалық, коммуникациялық саясатын ұйымдастыру ерекшеліктерін, білім беру және медициналық мекемелердің		Пәнді оқу нәтижесінде білім алушы: - білім беру жүйесіндегі маркетингтің мәні мен мазмұны; баға белгілеу әдістері, интернет-маркетинг, медициналық қызметтер нарығындағы тұтынушылық мінез-құлықтың негізгі модельдері; - білім берудегі маркетингтің тиімді жүйелерін талдау және әзірлеу; нарықта білім беру қызметін ілгерілету жөніндегі іс-шараларды орындау; білім беру және				

		қызметтерін тұтынушыларын маркетингтік зерттеу ерекшелігін, білім беру және медициналық мекемелердің қызметтерін тұтынушылар мінез-құлқының ерекшеліктерін, білім беру және медициналық қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың маркетингтік қызметін ашады.		медициналық қызметтер саласындағы басқару жобалары мен бағдарламаларын әзірлеу. - білім беру мекемесі мен медициналық ұйымды тиімді басқару әдістері мен нысандарын, маркетингтік стратегияларды әзірлеу әдістерін; медициналық ұйымның брендін орналастыру дағдыларын меңгеру.	КП	ТК	6	7
	НМ 4319 Халықаралық маркетинг	Курс кәсіпорын қызметінің негізгі ерекшеліктерін, халықаралық маркетингтегі шектеулер мен мүмкіндіктерді, халықаралық нарықтардағы маркетингтік коммуникация жүйесінің ерекшеліктерін және кәсіпорындардың халықаралық нарықтарға шығу стратегиясын және халықаралық маркетингтің кәсіпорын ауқымында жоспарлауды, ұйымдастыруды және бақылауды көздейді.		Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы білуі тиіс: - Халықаралық маркетингтің мәні мен ерекшелігін; халықаралық маркетинг саласындағы отандық және шетелдік тәжірибені; сыртқы нарықтарды зерттеу және сегменттеу әдістерін; сыртқы нарықтарда маркетинг кешенін іске асыру ерекшеліктерін; Халықаралық маркетинг ортасын талдай білуі; іске асыру жөніндегі іс-шараларды жоспарлай білуі, сыртқы нарықтардағы маркетинг кешенін ұйымдастыру; халықаралық маркетингтік қызметті іске асыратын жұмысқа қабілетті және тиімді қызметті ұйымдастыру;				
26	SB 4218 Сатуды басқару	Курс модельдеуге бағытталған тиісті теориялық білімі мен практикалық дағдылары бар болашақ мамандарды қалыптастыруға, тауарлар мен қызметтердің сатылымын тиімді басқаруға және бақылауға, сатуды басқару принциптерін, сату стратегиясын, тауарларды сатуды ұйымдастырушылардың мақсатты сипаттамаларын анықтау әдістерін, сату бөлімін	Экономикалық-құқықтық және экологиялық білім модулі, Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция, Интернет маркетинг	Пәнді оқу нәтижесінде білім алушылар сатудың қазіргі тенденцияларын түсінуі керек; шешімдерді талдау, негіздеу және таңдау, ұйымның жедел қызметін басқару; шығындар мен күтілетін құндылық арасындағы қатынасты ескере отырып, сатуды басқарудың мәні, принциптері, функциялары мен міндеттері; Сатуды басқару шеңберінде ұйымды жедел басқару дағдыларын меңгеру, сатуды жедел басқарудың негізгі әдістерімен ұйымдағы процестерді басқару; өнімді жеке сату дағдылары; сатудағы қарым-қатынастарға,				

		ұйымдастыруға бағытталған.сауда ұйымының оңтайлы баға саясатын қалыптастыру жолдарын көздейді.		ақпараттық технологияларға негізделген дербес сату және негізгі клиенттерді басқару кезіндегі жауапкершілікті түсіну.				
TDKAZh 4218	Тұрақты даму және корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік	Оқыту курсы компанияның іскерлік беделін жақсартуға ықпал ететін корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің мәнін, өндірілетін тауарлар мен қызметтердің сапасын жетілдірудегі бизнестің әлеуметтік жауапты мінез-құлқының рөлін, қоршаған ортадағы экологиялық тепе-теңдіктің сақталуын, тұрақты дамуды қамтамасыз етудегі рөлін түсінуге мүмкіндік береді.		Пәнді оқу нәтижесінде білім алушылар: Білу: тұрақты дамудың негізгі жаһандық тенденциялары; компанияның іскерлік және беделінің оң имиджін құрудағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің рөлі; Білуі керек: Әлеуметтік, этикалық және мәдени айырмашылықтарды ескере отырып, ұжымды басқару кезінде туындайтын әлеуметтік экологиялық-экономикалық маңызды жағдайлар мен проблемаларды түсіну және талдау; компаниялардың әлеуметтік бағдарламаларындағы басымдықтарды айқындау; Иелік ету: мемлекеттік және жергілікті басқару органдары мен бизнес арасындағы байланысты ұйымдастырудың негізгі құралдарын.	БП	ТК	6	7
BSZhB 4218	Бөлшек сауда желілеріндегі басқару	Аталған пән ритэйлдағы экономика және желілік жаңа қалыптасуларды басқару аясындағы, бөлшек сауда желілерінің жағдайы мен даму қарқыны туралы, сауда логистикасындағы сервистің логистикалық сервистің жіктелуі туралы, сату және сатуды басқару стратегиясы мен тактикасы үдерісіндегі әлеуетті тұтынушылар тәртібін басқару туралы, бизнесті қалыптастыру және жүргізу саласындағы тиімді басқарушылық		Пәнді оқу нәтижесінде білім алушылар: көтерме және бөлшек сауда саласындағы заңнамалық базаның мазмұнын және олардың ҚР-дағы қызметін реттейтін объектілерді білу; тұтыну нарығындағы жұмыс процесінде туындайтын проблемаларды талдай және шеше білу; сауда ұйымының менеджменті және оны бөлшек сауда желілерінде қолданбалы қолдануда отандық және шетелдік тәжірибені пайдалану саласындағы теориялық және аналитикалық білімді меңгеру.				

		шешімдерді қалыптастыруға мүмкіндік беретін кәсіби қызмет үлгісі мен күзiреттiлiктерiнiң қалыптасуы мәселелерi туралы теориялық және тәжiрибелiк бiлiмдi игеруге бағытталған.						
27	AgrM 4219 Агромаркетинг	Пән өндiрiс пен өңдеу секторындағы маркетингтік жоспарлаудың негiзгi қағидалары мен ерекшелiктерiн, агроөнеркәсiп кешенiндегi тауар нарығының жұмыс iстеуiнiң негiзгi тетiктерiнiң мәнiн ашатын агроөнеркәсiптiк кешендегi өнiмнiң маркетингiн ұйымдастырудың тәсiлдерiн енгiзедi. Пәндi оқу кезiнде студенттер келесi аспектiлердi бiледi: өсiмдiк және мал шаруашылығы өнiмдерiн өткiзу маркетингiнiң ерекшелiктерiн; ауылшаруашылық өнiмдерiн қайта өңдеу секторының қызмет етуiн және тамақ өнiмдерiн өндiрудегi заманауи маркетингтік стратегияларды талдауы.	Бизнес жоспарлау, Сала бойынша маркетингтi талдау Баға белгiлеу, Маркетингтi басқару	Пәндi оқу нәтижесiнде бiлiм алушылар: Бiлу тиiс: маркетингтiң негiзгi тұжырымдамалары және маркетинг саласындағы қазiргi тенденциялар; практикалық бағыты бар маркетингтік қызметтi жүзеге асыру; бәсекелестiк ортаның мiнез-құлқын ескере отырып, АӨК-ге қатысты маркетинг саласындағы iс-шараларды әзiрлеу; дағдысы: маркетингтi жоспарлаудан бастап, оның барлық кезеңдерiнде маркетингтік қызмет дағдылары оның тиiмдiлiгiн бағалау.				
	АОКЕ 4219 АӨК экономикасы	Бұл пән агроөнеркәсiптiк кешен жүйесiндегi сала экономикасының мәнiн, қызмет етудiң нарықтық шарттарын, көрсеткiштерiн, факторларын, саланың әлеуметтік-экономикалық тиiмдiлiгiн арттыру жолдарын және нақты iс-шараларды, ауыл шаруашылығының		Пәндi оқу нәтижесiнде бiлiм алушы бiлуi керек: - агробизнестiң ресурстық әлеуетi және оны пайдалану шарттарын, агроөнеркәсiптiк интеграция және нарықтық инфрақұрылымды дамыту тетiгiн. Дағдылар: ауыл шаруашылығында әртараптандырылған экономиканы қалыптастыру және агробизнес	БП	ТК	6	7

		агроөнеркәсіптік кешен жүйесіндегі материалдық өндірістің басқа салаларымен өзара іс-қимылын, объективті экономикалық заңдардың көрініс ерекшеліктерін қарастырады және зерттейді.		ресурстарының әлеуетін және оларды пайдалану дағдыларын.				
	AZh 4219 Аймақтық жоспарлау	Аймақтық жоспарлау қалаларды жоспарлау және дамуын реттеу бойынша шешім қабылдауға арналған зерттеу әдістері мен қалалық ортаның қалыптасуы және қалалардың кеңістіктегі ұйымдастырылуы туралы теориялық білімді қарастырады.		Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: білуге тиіс: аумақтық жоспарлау мен өңірлік басқарудың теориялық негіздерін, өңірлік процестерді және олардың әлеуметтік-экономикалық факторлары мен салдарын түсінуі; білуі тиіс: әлеуметтік-экономикалық процестердің жай-күйіндегі аумақтық айырмашылықтар туралы қорытындыларды негіздей білуі тиіс; меңгеруі тиіс: өңірлерді стратегиялық басқаруда іске асырылатын заңдылықтар мен қағидаттарды анықтау және түсіндіру қабілеті; қалалар мен өңірлердің стратегиялары мен стратегиялық жоспарларын,				
28	SM4310 Стратегиялық маркетинг	Бұл пән стратегиялық маркетинг мәселелері туралы пікірлерді игеруді, негізгі түсініктерді үйренуді, стратегиялық маркетингтің мазмұны, қағидалары және әдістері негізінде заманауи экономикалық дағдының қалыптасуы н, сонымен қатар компания қызметін жоспарлауда әртүрлі тауарлар және қызметтер нарығында маркетингтік әдістеме ерекшеліктерімен танысуды қарастырады.	Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция, Бизнес жоспарлау, Менеджмент	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: Білуге тиіс: - стратегиялық маркетинг шеңберінде бизнестің қажеттіліктерін, мүмкіндіктерін және бәсекелестікті талдау ерекшеліктері; - кәсіпорында нарыққа бағдарланған даму стратегиясын әзірлеу ерекшеліктері. Білуі керек: - нарықтық жағдайды бағалау; - маркетингтік зерттеулер жүргізу; Меңгеруі тиіс: - алған білімдерін шығармашылық жалпылау; - өз білімдерін нақты және объективті баяндау; - маркетингтік зерттеулердің нәтижелерін өңдеу, талдау және ұсыну.				

MZhB 4310 Маркетингтік жобаларды басқару	Бұл курста маркетингтік жобаларды басқару және жасақтаудың жеке және топтық технологияларын, жобаның маркетингтік жүйесінің құрылымын, жобаларды басқарудың маркетингтік тәжірибесін, тұтынушымен қарым-қатынасты басқаруды, басқарушылық шешімдерді жасақтау және қабылдауды, жобаның өмірлік циклының барлық кезеңдерінде жобаларды басқару әдістерімен танысу, жобаларды басқарудың маркетингтік тұжырымдамасын, заманауи кәсіпорындардың маркетингтік саясатын және жобаларды жүзеге асыруды ұйымдастыруды қарастырады.		Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: Білу керек: - әр түрлі қызмет салаларындағы кәсіпорындарда маркетингтік қызметті ұйымдастырудың ерекшелігін; - фирманың тауар портфелін қалыптастырудың маркетингтік аспектілерін; - жобаларды жүзеге асыруды ұйымдастыру және олардың өмірлік циклін; - маркетингтік құралдарды ескере отырып, кәсіпорынның нарықтағы бәсекелестік позицияларын бағалау; - түрлі типтегі ұйымдардың сауда белгілері мен брендтерін құру және дамыту; - жаңа жобаларды жоспарлау және жобалардың бюджеті мен құнын анықтау; Меңгеруі тиіс: - маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістері мен тәсілдері; - жобалар маркетингін іске асыру дағдыларын.	КП	ТК	8	7
ARB 4310 Адам ресурстарын басқару	Бұл пән мақсаты адам ресурстарын басқаруды ұйымдастыру және тиімді қолдану туралы білімді қалыптастыру болып табылатын өзара байланысты кешендерді, қызметкерлердің максималды мүмкіндіктерін жүзеге асыруды, еңбек нарығындағы ұсыныс пен сұранысты талдауды игеруді, қызметкерлерге деген қажеттілікті болжау және жоспарлау, кадрларды тарту, таңдау және жинақтау мүмкіндіктерін жүзеге асыруды		Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: білуге тиіс: - персоналды тарту көздері мен тәсілдерін; - персоналды іріктеу технологиясын; іскерлік мансапты басқару жөніндегі іс - шаралардың мазмұнын; білуі тиіс: - жұмысқа қабылдау туралы хабарландыру жасау; - персоналды кәсіптік бағдарлау (қайта бағдарлау) бойынша шешімдер қабылдау; - үміткердің күшті жақтарын және оның қызмет бойынша жылжу перспективаларын анықтау; - кадрлардың ауысу себептерін талдау; меңгеруі тиіс: - түйіндеме дайындау және жұмысқа қабылдау туралы сауалнаманы толтыру; - жұмысқа жалдау кезінде тестілеу және әңгімелесу өткізу; -				

		қамтыған күрделі жүйелерді үйретеді.		ұйымның персоналы мен бөлімшелерінің жұмысын бағалауын.				
29	BBSMS 4220 B2B секторындағы маркетингтік стратегия	Мақсатты аудиторияның қажеттіліктері мен қалауларын түсіну үшін B2B нарығын зерттеу және талдау. Нарықта өнімнің немесе қызметтің бірегей ұсынысы мен орналасуын әзірлеу. Конференциялар, көрмелер, тікелей пошта, электрондық пошта және әлеуметтік медианы қоса алғанда, мақсатты клиенттермен оңтайлы байланыс арналарын таңдау. Клиенттердің назарын аудару және сақтау үшін ақпараттық мақалалар, кейс-стади және презентацияларды қамтитын мазмұн стратегиясын құру.	Маркетингті басқару, Трейд маркетинг және электронды коммерция	Осы пәнді игеру барысында білім алушы келесі кәсіби құзыреттерді қалыптастырады: - B2B нарығында маркетингтік қызметті құру ерекшеліктерін білу. - - Жеткізушілермен қарым-қатынастың тиімділігін есептейді. Мемлекеттік қажеттіліктер үшін сатып алулармен жұмыс істей алады - Өнеркәсіптік кәсіпорындардың сыртқы ортасын талдайды, динамикалық SWOT талдауын жасай алады - Интеграция мен серіктестік байланыстардың әсерін есептей алады. Сатып алу орталықтарындағы қатысушылардың рөлін бағалайды. - Ақпараттық жүйелерді енгізудің әсерін бағалайды және салыстырады, маркетингтік стратегиялардың әртүрлі нұсқаларын бағалайды және ең жақсысын таңдайды.				
	АММ 4220 Әлеуметтік медиа маркетингі	Маркетингтік стратегияларды жоспарлау және жүзеге асыру үшін әлеуметтік медианы пайдалану. Аудиторияны талдау және дұрыс платформаларды таңдау. Тартымды мазмұнды құру және қауымдастықтарды басқару. Жарнама және ақылы науқандар арқылы аудиторияға қол жетімділікті кеңейту. Стратегияны оңтайландыру үшін нәтижелерді бақылау және талдау.		Пәнді игеруде білім алушылар келесі құзыреттерді қалыптастырады: Білім-әлеуметтік медиа маркетингінің мәнін, брендті қалыптастыру нысандары мен әдістері және әлеуметтік желілердегі өнімге (қызметке) сұраныс; Іскерлігі-бәсекелестердің белсенділігін талдау, әлеуметтік желілердегі тауарлар мен қызметтерді тұтынушылардың медиа мінез-құлқы мен медиа қалауын зерттеу; Дағдылар-әлеуметтік желілердегі контенттік маркетинг және мақсатты маркетинг әдістері мен құралдары, әлеуметтік желілерді мониторингілеу сервистерін пайдалану дағдылары	БП	ТК	5	7



Келісілетін жұмыс берушілер:

Атырау облысы бойынша «Атамекен» Ұлттық кәсіпкерлер палатасының директоры
_____ Суюнбаев Н.Б.

«Оңтүстік-Батыс мал шаруашылығы және өсімдік шаруашылығын зерттеу институты» ЖШС Атырау филиалының директоры
_____ Дюсегалиев М.Ж.

«Бәсекелестікті қорғау және дамыу агенттігі» Атырау облысы бойынша
департаменті» РММ басшысы
_____ Набиева А.Е.



Университетпен келісілген:

Білім бағдарламасының академиялық сапасын арттыру және дамуын қамтамасыз ету
кеңсесінің жетекшесі _____ Е.Т.Нұрпейсов

Кафедра меңгерушісі _____ Р.К.Сабирова