

І.ЖАНСҮГІРОВ АТЫНДАҒЫ ЖЕТІСУ МЕМЛЕКЕТТІК УНИВЕРСИТЕТІ
ЖЕТЫСУСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.ЖАНСУГУРОВА
ZHETYSU STATE UNIVERSITY NAMED AFTER I.ZHANSUGUROV

Құқық және экономика факультеті
Факультет права и экономики
Faculty of Law and Economics

БЕКІТІЛДІ/ УТВЕРЖДЕН/ APPROVED

университеттің ОӘК отырысында/
на заседании УМС университета/
at the meeting of the EMC of the University
Хаттама/ Протокол/ Protocol

№ 6, « 20 » сентября 2020

ОӘК төрағасы/ Председатель УМС/
Chairman of the EMC

Д. Калдияров/ Д. Калдияров/ D. Kaldiyarov

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ

6В04108 – Маркетинг оқу бағдарламасы бойынша
қабылдау жылы: 2020

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

по образовательной программе **6В 04108 – Маркетинг**
год приема: 2020

CATALOG OF ELECTIVE DISCIPLINES

on educational program **6В 04108 – Marketing**
year of admission: 2020

Талдықорған, 2020
Талдықорған, 2020
Taldykorgan, 2020

Элективті пәндер каталогы білім алушылардың жеке білім траекториясын қалыптастыру үшін элективті оқу пәндерінің жүйелендірілген тізбесі болып табылады/ Каталог элективных дисциплин представляет собой систематизированный перечень элективных учебных дисциплин для формирования индивидуальной образовательной траектории обучающихся / The Catalog of elective disciplines represents the systematic list of elective academic disciplines to form an individual educational trajectory of learners.

Мемлекеттік басқару және менеджмент кафедрасының отырысында қарастырылды және талқыланды/ Рассмотрен и обсужден на заседании кафедры государственного управления и менеджмента/ Considered and discussed at the meeting of the department of public administration and management

(Хаттама/ Протокол/ Protocol № __, «__» _____ 2020).

Кафедра меңгерушісі/
Заведующий кафедрой/
Head of department:



э.ғ.к., доцент Г.Р. Байтаева/
к.э.н., доцент Байтаева Г.Р. /
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor G. Baytaeva

Жұмыс берушілермен және студенттік активтің өкілдерімен келісілген/ Согласован с работодателями и представителями студенческого актива/ Agreed with the employers and student activity representatives:

«АиК» жылжымайтын мүлік агентігінің директоры /
Директор агентства по недвижимости «АиК» /
Director of the real estate Agency «АиК»



А.А. Абасов/
А.А. Абасов /
A. A. Abasov

«Қайнар АҚБ» ЖШС сату бөлімінің маркетингологы/
Маркетолог отдела продаж ТОО "Кайнар АҚБ" /
Marketing specialist of sales Department of the LLP "Kaynar AKB»



С.С. Исаева/
С.С. Исаева /
S. S. Isaeva

Студенттік активтің өкілі/
Представитель студенческого актива /
Student activity representative:

М. Туенов/
М. Туенов /
M. Tukenov

Студенттік активтің өкілі/
Представитель студенческого актива /
Student activity representative:

А. Нұрбай/
А. Нұрбай /
A. Nurbai

Факультет Кеңесінің отырысында ұсынылған/ Рекомендован на заседании Совета факультета/ Recommended at the meeting of the Faculty Council

(Хаттама/ Протокол/ Report № __, «__» _____ 2020).

Факультет Кеңесінің төрағасы/
Председатель Совета факультета/
Chairman of the Faculty Council



Философия докторы (PhD)
Таубаев Б.Р./ Доктор философии
(PhD) Таубаев Б.Р./ Doctor of
philosophy (PhD) B. Taubayev

Модуль коды: ЭГ-1 Модуль атауы: Әлеуметтік-гуманитарлық Пән атауы: Қоғамтану білімі (пәнаралық білім) Құқық негіздері және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет Пререквизиттер: Постреквизиттер: Философия Мақсаты: заң ғылымының нәтижелерімен, қоғамдық қатынастардың дамуындағы мемлекеттің және құқықтың рөлімен таныстыру, нормативтік заң актілерін білуге үйрету және сыбайлас жемқорлыққа қарсы азаматтық ұстанымды жүйелі білім арқылы қалыптастыру. Қысқаша сипаттамасы: Қазақстандық конституциялық, әкімшілік, азаматтық, қаржы, қылмыстық, процессуалды, еңбек, кәсіпкерлік, экологиялық құқықтық институттар мен оның негізгі салаларын сипаттайды. Қазақстан республикасы сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетінің заңнамалық негіздерін зерттейді. Білімгердің құқықтық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетін қалыптастыруға бағытталған. Ұлттық құқық және жемқорлыққа қарсы іс-қимыл саласындағы құқықтық қатынастардың ерекшелігін айқындайды. Оқыту нәтижелері: Курсты оқып болғаннан кейін студент біледі: - Мемлекет пен құқықтың өзара әрекеттесуінің негізгі заңдылықтарын; - негізгі теориялық ұғымдар және заң ғылымының категорияларын;	Код модуля: СГ-1 Название модуля: Социально-гуманитарный Название дисциплины: Общественведческие знания (междисциплинарный курс) Основы права и антикоррупционная культура Пререквизиты: Постреквизиты: Философия Цель: ознакомление с результатами юридической науки, ролью государства и права в развитии общественных отношений, изучение нормативных правовых актов и формирование гражданской антикоррупционной позиции посредством регулярного образования. Краткое описание: Описывает основные отрасли и институты казахстанского права: конституционного; административного; гражданского; финансового; уголовного; процессуального; трудового; предпринимательского; экологического. Изучает законодательные основы антикоррупционной культуры Республики Казахстан. Направлена на формирование правовой и антикоррупционной культуры обучающегося. Раскрывает особенности правоотношений в отраслях национального права и сфере противодействия коррупции Результаты обучения: После изучения курса студент будет знать: • - основные закономерности взаимодействия государства и права; • - базовые теоретические понятия и категории юриспруденции; • - правовые основы использования	Code of module: GED -1 Name of module: General educational disciplines Name of discipline: Social studies knowledge (interdisciplinary course) Basics of law and anti-corruption culture Prerequisites: Postrequisites: Philosophy Purpose: to familiarize with the results of legal science, the role of state and law in the development of social relations, the study of normative legal acts and the formation of civil anti-corruption position through regular education. Brief description: Describes the main branches and institutions of Kazakhstan law: constitutional; administrative; civil; financial; criminal; procedural; labor; business; environmental. Studies the legislative basis of the anti-corruption culture of the Republic of Kazakhstan. Aimed at the formation of legal and anti-corruption culture of the student. Reveals the features of legal relations in the fields of national law and the sphere of anti-corruption Learning outcomes: After studying the course the student will
---	---	--

-заң қызметінде психологиялық білімді қолданудың құқықтық негіздерін; -Заңгердің кәсіби қызметінің тиімділігін арттырудағы құқықтық психологияның рөлі туралы. Студент жасай алады: - Заңгердің кәсіби қызметінің тиімділігін арттыруға бағытталған құқықтық психологияның ұсыныстарына жүгінуді; - Заңгердің күнделікті кәсіби міндеттерін шешуде құқықтық психологияның ғылыми негізделген ұсыныстарын дұрыс қолдана білуді; - кәсіби психологиялық қызмет саласындағы құқықтық психологияның жетістіктерін практикалық қолдану дағдыларын жетілдіруді. Қалыптасатын құзыреттер: Пәнді оқу процесі келесі құзіреттерді қалыптастыруға бағытталған: - өзінің болашақ кәсібінің ерекше маңыздылығын түсінеді, кәсіби құқықтық сананың жеткілікті деңгейіне ие болады; - дамыған құқықтық сана, құқықтық ойлау және құқықтық мәдениет негізінде кәсіби қызметті жүзеге асыра білу.	психологических знаний в юридической деятельности; • - о роли юридической психологии в повышении эффективности профессиональной деятельности юриста. Студент будет уметь: • ориентироваться в разработанных юридической психологией рекомендациях, предназначенных для повышения эффективности профессиональной деятельности юриста; • правильно применять научно обоснованные рекомендации юридической психологии в решении повседневных профессиональных задач юриста; совершенствовать навыки по практическому применению достижений юридической психологии в сфере профессиональной юридической деятельности. Формируемые компетенции: - осознаёт специальную значимость своей будущей профессии, обладает достаточным уровнем профессионального правосознания; - способен осуществлять профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры.	know: - the main patterns of interaction between state and law; -basic theoretical concepts and categories of jurisprudence; - legal basis for the use of psychological knowledge in legal activity; - the role of legal psychology in improving the efficiency of professional activity of a lawyer. The student will be able to: - to be guided in the recommendations developed by legal psychology intended for increase of efficiency of professional activity of the lawyer; - correctly apply scientifically based recommendations of legal psychology in solving everyday professional tasks of a lawyer; - to improve skills on practical application of achievements of legal psychology in the sphere of professional legal activity. Formed competencies: The process of studying the discipline is aimed at the formation of the following competencies: - is aware of the special importance of his future profession, has a sufficient level of professional legal awareness; - able to carry out
--	--	--

		professional activities on the basis of a developed sense of justice, legal thinking and legal culture.
Модуль коды: ӘГ-1 Модуль атауы: Әлеуметтік-гуманитарлық Пән атауы: Қоғамтану білімі (пәнаралық білім) Көшбасшылық қасиет және инновацияның сезімталдығы Пререквизиттер: Постреквизиттер: Философия Мақсаты: студенттердің ұйымдастырушылық мақсаттарға жету үшін адамдармен өзара қарым-қатынас жасау кезінде түрлі ықпал ету көздерін тиімді пайдалану дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ олардың тұлғалық көшбасшылық қасиеттерін дамыту. Қысқаша сипаттамасы: Көшбасшылық қасиет пен инновациялық әрекет дағдысын қалыптастыру мәселелерін қарастырады. Инновацияны қабылдауды ақпаратты қабылдау және өзгерту үдерісі ретіндегі мәнін ашады. Көшбасшының өз қызметінің құрылымына инновациялық үдеріс нәтижесінде туындаған өзгерістерді енгізу қабілетін қалыптастыруға бағытталған. Көшбасшылық қасиетті дамытудың басымдықтары мен басқарудағы адам факторының қазіргі жағдайын зерттейді. Оқыту нәтижелері: құқықтық, кәсіпкерлік, өндірістік, экологиялық ортадағы қоғамдық әлеуметтік маңызды құбылыстар мен процестерді ұғынуға инновациялық	Код модуля: СГ-1 Название модуля: Социально-гуманитарный Название дисциплины: Обществоведческие знания (междисциплинарный курс) Лидерские качества и восприимчивость инноваций Пререквизиты: Постреквизиты: Философия Цель: формирование навыка у студентов эффективно использовать различные источники влияния во взаимодействии с людьми для достижения организационных целей, а также развитие их личностных лидерских качеств. Краткое описание: Рассматривает проблемы формирования лидерских качеств и навыков инновационной деятельности. Раскрывает суть инновационной восприимчивости как процесса приема и преобразования информации. Направлена на формирование способности лидера включать в структуру своей деятельности изменения, вызванные инновационным процессом. Изучает современное состояние и перспективы развития лидерских качеств и человеческого фактора в управлении. Результаты обучения: Обладает способностью оценивать и применять инновационные подходы к осмыслению общественных социально значимых явлений и процессов в правовой, предпринимательской, производственной, экологической среде Формируемые компетенции:	Code of module: GED -1 Name of module: General educational disciplines Name of discipline: Social studies knowledge (interdisciplinary course) Leadership and Susceptibility of Innovation Prerequisites: Postrequisites: Philosophy Purpose: formation of students ' skills to effectively use various sources of influence in interaction with people to achieve organizational goals, as well as the development of their personal leadership qualities. Brief description: Deals with the problems of formation of leadership qualities and skills of innovation. Reveals the essence of innovative susceptibility as a process of reception and transformation of information. It is aimed at the formation of the leader's ability to include in the structure of its activities the changes caused by the innovation process. Studies the current state and prospects of development of leadership qualities and

тәсілдерді бағалау және қолдану қабілетіне ие Қалыптасатын құзыреттер: мәліметтерді өңдеу мен талдау, дағдыларды жинақтауды меңгереді; әлеуметтік мобилділік және стратификацияларды, әлеуметтік құрылымның заманауи тұжырымдамаларын, қоғам даму кезеңдері мен заңдылықтарын біледі.	знает закономерности и этапы развития общества, современные концепции социальной структуры, стратификации и социальной мобильности; владеет навыками сбора, анализа и обработки данных.	the human factor in the management. Learning outcomes: Has the ability to evaluate and apply innovative approaches to understanding socially significant phenomena and processes in the legal, entrepreneurial, industrial, environmental environment Formed competencies: knows the patterns and stages of development of society, the modern concepts of social structure, stratification and social mobility; owns the skills of collecting, analyzing and processing data.
Модуль коды: Модуль атауы: Пән атауы: Қоғамтану білімі (пәнаралық білім) Ілиястану Пререквизиттер: Постреквизиттер: Мақсаты: Классик ақын, жазушы, публицист, драматург, аудармашы, фольклорист, әдебиет зерттеушісі, тарихшы, фельетон жанрының негізін салған көп қырлы талант Ілияс Жансүгіровтің зертханасына «енгізіп», шеберлік мектебін саралау, таразылау, суреткердің сырын түсіндіру. Қысқаша сипаттамасы: Ілияс Жансүгіровтің шығармашылық өмірбаяны, сөз өнерін игеру жолындағы алғашқы ізденістері, қоғамдық және мемлекеттік қызметтері, әртүрлі өнер саласына ат салысуы, поэмалар жазуы, прозаның	Код модуля: Название модуля: Название дисциплины: Обществоведческие знания (междисциплинарный курс) Илиястану Пререквизиты: Постреквизиты: Цель: Ввести в многогранную творческую лабораторию Ильяса Жансугурова – поэта-классика, писателя, драматурга, переводчика, фольклориста, исследователя литературы, историка, основоположника жанра фельетона. Краткое описание: В изучение курса входит: биография И.Жансугурова, первые исследования на пути изучения искусства слова, общественная и государственная деятельность, его место в различных областях искусства, казахской литературоведческой науке, неоценимый вклад в формирование художественных принципов нашей литературы,	Code of module: Name of module: Name of discipline: Social studies knowledge (interdisciplinary course) Ilyastanu Prerequisites: Postrequisites: Purpose: Introduce Ilyas Zhansugurov, a classical poet, writer, playwright, translator, folklorist, literature researcher, historian, founder of the feuilleton genre into the multifaceted creative laboratory. Brief description: The course includes: I.Zhansugurov's biography, first studies on the way to study the word art, public and state activities, his place in various fields of art,

дамуына қосқан үлесі, драматургиясы, ауыз әдебиеті үлгілерін жинап, жариялап, зерттеуі қамтылған. Оқу нәтижесі: -Ілияс Жансүгіров мұраларын біледі; -ақынның шығармаларын талдайды; -шығармалардың идеялық-көркемдігін анықтайды; -І.Жансүгіровтің әдеби мұрасының даралығын түсіне алады. Қалыптасатын құзыреттер: Ілияс Жансүгіровтің әдеби мұрасын меңгерген; ұлттық рухани құндылықтарды қастерлеуге және интеллектуалдық-шығармашылық ойлау мәдениетіне дағдыланған.	написание поэм, вклад в развитие прозы, драматургии, развитие казахского литературного языка. Результат обучения: -знает литературное наследие И.Жансугурова; -анализирует произведения поэта; -определяет идейно-художественные особенности произведения. -понимает индивидуальность литературного наследия И.Жансугурова. Формируемые компетенции: Владеет пониманием специфики литературного наследия Ильяса Жансугурова; обладает навыками интеллектуально-творческого мышления и способностями дорожить ценностями национально-духовного наследия.	Kazakh literary scholarship, an invaluable contribution to the formation of artistic principles of our literature, writing poems, contribution to the development of prose , drama, the development of the Kazakh literary language. Learning outcome: - knows the literary heritage of I. Zhansugurov; - analyzes the works of the poet; - defines the ideological and artistic features of the work. - understands the individuality of the literary heritage of I. Zhansugurov. Formed competencies: Owens the understanding of the specificity of the literary heritage of Ilyas Zhansugurov; possesses the skills of intellectual and creative thinking and the ability to cherish the values of the national and spiritual heritage.
Модуль коды: МК-3 Модуль атауы: «Мамандыққа кіріспе» Пән атауы: Экономикалық теория Пререквизиттер: экономиканың мектептегі курсы Постреквизиттер: Государственное регулирование экономики Мақсаты: - студенттерге микро және макродеңгейде экономикалық субъектілердің мінез-	Код модуля: ВС-3 Название модуля: «Введение в специальность» Название дисциплины: Экономическая теория Пререквизиты: школьный курс экономики Постреквизиты: State regulation of the economy Цель: - дать студентам общее представление о закономерностях поведения экономических субъектов и механизме функционирования экономики на микро- и макроуровне.	Code of module: IS-3 Name of module: «Introduction to the specialty» Name of discipline: Economic theory Prerequisites: School Economics course Post-requisites: State regulation of the economy Purpose: - to give students a General idea of the patterns of behavior of economic

құлқының заңдылықтары және экономиканың қызмет ету механизмі туралы жалпы түсінік беру. Қысқаша сипаттамасы: Экономикалық теорияның пәні мен әдістері, қоғамдық өндіріс негіздері, меншік қатынастары, қоғамдық шаруашылық нысандары, экономикалық жүйелердің түрлері, нарықтық шаруашылықтың сипаттамасы, сұраныс пен ұсыныс теориясының негіздері, қоғамның дамуын кезеңдандыруға тәсілдері, кәсіпкерліктің мәні, жеке өндіріс теориясының негіздері, капитал айналымы, фирманың шығындары мен кірістері, өндіріс факторларының нарығы, Ұлттық экономиканы қарастырады Оқыту нәтижелері: біледі: - экономикалық ғылымның генезисі, экономикалық теорияның пәні, әдісі, функциялары мен құралдары; - өндіріс ресурстары мен факторлары, өндіріс түрлері мен фазалары, өндірістік қызметті жандандырудағы экономикалық қажеттіліктердің рөлі, экономикалық жүйелердің типтері, меншік нысандары; - шағын деңгейлі сұраныс пен ұсыныстың нарықтық механизмдері, баға белгілеудің мәні мен маңызы, баға белгілеу әдістері, экономикадағы бәсекелестіктің рөлі, монополиялардың мәні мен нысандары, тұтынушының мінез-құлық теориясы, өндірістік ресурстар нарықтарының қызмет ету ерекшеліктері;	Краткое описание: Рассматривает предмет и методы экономической теории, основы общественного производства, отношения собственности, формы общественного хозяйства, типы экономических систем, характеристика рыночного хозяйства, основы теории спроса и предложения, подходы к периодизации развития общества, сущность предпринимательства, национальная экономика и макроэкономические показатели, равновесие, экономический цикл, безработица, инфляция, государственное регулирование экономики, экономический рост. Результаты обучения: знает: - генезис экономической науки, предмет, метод, функции и инструменты экономической теории; - ресурсы и факторы производства, типы и фазы воспроизводства, роль экономических потребностей в активизации производственной деятельности, типы экономических систем, формы собственности; - рыночные механизмы спроса и предложения на микроуровне, сущность и значение ценообразования, методы ценообразования, роль конкуренции в экономике, сущность и формы монополий, теорию поведения потребителя, особенности функционирования рынков производственных ресурсов; Формируемые компетенции: умеет: - оперировать основными категориями и понятиями экономической теории; - использовать источники экономической информации, различать основные учения, школы, концепции и направления	entities and the mechanism of functioning of the economy at the micro- and macro-level. Brief description: Examines the subject and methods of economic theory, the foundations of social production, property relations, forms of social economy, types of economic systems, characteristics of market economy, the foundations of the theory of supply and demand, approaches to the periodization of society, the essence of entrepreneurship. Learning outcomes: knows: - Genesis of economic science, subject, method, functions and tools of economic theory; - resources and factors of production, types and phases of reproduction, the role of economic needs in the revitalization of production activities, types of economic systems, forms of ownership; - market mechanisms of supply and demand at the micro level, the nature and importance of pricing, pricing methods, the role of competition in the economy, the nature and forms of monopolies, the theory of consumer behavior, especially the functioning of the
---	--	--

Қалыптасатын құзыреттер: біледі: - экономикалық теорияның негізгі категориялары мен ұғымдарына сүйену ; ; - экономикалық ақпарат көздерін пайдалану, экономикалық ғылымның негізгі оқу-жаттығуларын, мектептерін, концепцияларын және бағыттарын ажырату; - графиктер, схемалар құру, экономикалық модельдер негізінде әртүрлі факторлардың өзара іс-қимыл механизмдерін талдау;	экономической науки; - строить графики, схемы, анализировать механизмы взаимодействия различных факторов на основе экономических моделей;	markets of production resources; Formed competencies: knows: - to operate with the basic categories and concepts of economic theory; - to use sources of economic information, to distinguish the main teachings, schools, concepts and directions of economic science; - to build charts, schemes, to analyze mechanisms of interaction of various factors on the basis of economic models;
Модуль коды: АК-2 Модуль атауы: «Ақпараттық-коммуникативті» Пән атауы: Кәсіби қазақ (орыс) тілі Пререквизиттер: Қазақ (орыс) тілі Постреквизиттер: Кәсіпорын экономикасы Мақсаты: - мамандық тілі негізінде коммуникативтік және тілдік құзыреттілікті қалыптастыру, студенттердің кәсіби дайындығын жетілдіру. Қысқаша сипаттамасы: Студенттерді кәсіби қызметтің міндеттерін шешу үшін ауызша және жазбаша түрде қазақ (орыс) тілдерінде коммуникацияға дайындайды. Студенттер ақпараттық басқару саласындағы терминологияны қазақ (орыс) тілдерінде оқиды. Қазақ тілі – мемлекеттік тіл. Ұқыптылық пен үнемшілдік – экономика жаны. Менің мамандығым.	Код модуля: ИК-2 Название модуля: «Информационно-коммуникативный» Название дисциплины: Профессиональный казахский (русский) язык Пререквизиты: Казахский (русский) язык Постреквизиты: Экономика предприятия Цель: – формирование коммуникативной и языковой компетенции на основе языка специальности, совершенствование профессиональной подготовки студентов. Краткое описание: Описывают подготовку студентов к коммуникации в устной и письменной форме на казахском (русском) языках для решения задач профессиональной деятельности. Студенты изучают терминологию в области информационного управления на казахском (русском) языках. Казахский язык-государственный язык. Аккуратность и экономичность – душа экономики. Моя профессия.	Code of module: IC -2 Name of module: «Informatively-communicative» Name of discipline: Professional Kazakh (Russian) language Prerequisites: Kazakh (Russian) language Postrequisites: Economics of enterprise Purpose: – formation of communicative and language competence on the basis of the language of the specialty, improvement of professional training of students. Brief description: Describe the preparation of students for communication in oral and written form in the Kazakh (Russian) languages to solve the problems of professional activity. Students study terminology in the field of information management in the

Оқыту нәтижелері: - ауызша сөйлеу (кәсіби әңгіме жүргізу, ақпарат алмасу, дискуссия жүргізу) және жазбаша сөйлеу (ресми хаттар, қызметтік хаттар, нұсқаулықтар, түрлі заң құжаттарын құрастыру; жазылған құжаттарды редакциялау) жанрларын меңгерген. Қалыптасатын құзыреттер: Білу: - әртүрлі тілдік жағдайларда бағдарлану, өзінің Коммуникативтік ниеттерін дұрыс іске асыру; - орфографиялық, пунктуациялық және сөйлеу қатынасында лингвистикалық сөздіктер мен анықтамалық әдебиеттерді пайдалана отырып, орыс тіліндегі жазбаша мәтіндерді сауатты ресімдеу.	Результаты обучения: - владеют жанрами устной речи (вести профессиональную беседу, обмениваться информацией, вести дискуссию) и письменной речи (составлять официальные письма, служебные записки, инструкции, различные юридические документы; редактировать написанное). Формируемые компетенции: Уметь: - ориентироваться в различных языковых ситуациях, адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения; - грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять письменные тексты на русском языке, используя лингвистические словари и справочную литературу.	Kazakh (Russian) languages. Kazakh is the state language. Accuracy and efficiency – the soul of the economy. My profession. Learning outcomes: - command of the genres of oral speech (conduct a professional conversation, to share information, to debate) and writing (to compose official letters, memos, instructions, various legal documents; editing of written). Formed competencies: Know: - navigate in different language situations, adequately implement their communicative intentions; - correctly in spelling, punctuation and speech to make out written texts in Russian, using linguistic dictionaries and reference literature.
Модуль коды: МК-3 Модуль атауы: «Мамандыққа кіріспе» Пән атауы: Менеджмент Пререквизиттер: Экономическлық теория Постреквизиттер: Стратегиялық менеджмент Мақсаты: Экономика мамандықтарының студенттерін менеджмент теориясы мен практикасы саласында терең біліммен қамтамасыз ету, бұл нарықтық экономика жағдайында университетті бітіргеннен кейін басқару қызметімен тиімді айналысуға мүмкіндік береді. Қысқаша сипаттамасы: Бұл	Код модуля: ВС-3 Название модуля: «Введение в специальность» Название дисциплины: Менеджмент Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Стратегический менеджмент Цель: обеспечение студентов экономических специальностей глубокими знаниями в области теории и практики менеджмента, что позволит им по окончании университета в условиях рыночной экономики эффективно заниматься управленческой деятельностью. Краткое описание: Рассматривает и изучает	Module code: IS-3 Module name: «Introduction to the specialty» Name of discipline: Management Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Strategic management Purpose: providing students of economic specialties with deep knowledge in the field of theory and practice of management, which will allow them to graduate from the University in a market economy to effectively

пән басқару мазмұнын қарастырады және зерттейді және классикалық менеджмент негіздерін меңгеруге мүмкіндік береді, басқару принциптері, функциялары мен процестері туралы білім кешенін қалыптастырады, басқару қызметінің түрлі түрлерін жүзеге асырудың және басқару жүйелерін талдаудың нақты дағдыларын өңдейді Оқыту нәтижелері: - менеджменттің принциптерін, әдістерін және функцияларын біледі. - ұйымды өзара байланысты элементтер жүйесі ретінде қарастырады - басқарушылық дағдыларды меңгерген. Қалыптасатын құзыреттер: құзыретті: - ұйымдағы ғылым және кәсіби қызмет түрі ретінде менеджмент туралы ұғымды анықтауда. - менеджментте алынған білімді, кәсіби қызмет процесінде пайдалану. - коммуникативтік және ұйымдастырушылық дағдыларды қолдануда	содержание управления и позволяет освоить основы классического менеджмента, формирует комплекс знаний о принципах, функциях и процессах управления, вырабатывает конкретные навыки осуществления различных видов управленческой деятельности и анализа систем управления. Результаты обучения: - знает принципы, методы и функции менеджмента. - рассматривает организацию, как систему взаимосвязанных элементов - владеет управленческими навыками. Формируемые компетенции: компетентны: - в определении понятия о менеджменте, как о науке и виде профессиональной деятельности в организации. - использовать полученные в менеджменте знания, в процессе профессиональной деятельности. - в применении коммуникативных и организационных навыков	engage in management activities. Brief description: Examines and studies the content of management and allows you to learn the basics of classical management, forms a set of knowledge about the principles, functions and processes of management, develops specific skills of various types of management activities and analysis of management systems Learning outcome: - knows the principles, methods and functions of management. - considers the organization as a system of interrelated elements - has managerial skills. Formed competence: competent: - in the definition of management as a science and type of professional activity in the organization. - use the knowledge gained in management, in the process of professional activity. - application of communication and organizational skills
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пән атауы: Статистика Пререквизиті: Экономикалық теория Постреквизиті: Кәсіпорын қызметін ұйымдастыру Мақсаты: басқару шешімдерін қабылдау процесінде экономикалық	Код модуля: СА-4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины: Статистика Пререквизит: Экономическая теория Постреквизит: Организация деятельности предприятия Цель: формировании у студентов теоретических знаний о значении	Code of module: SA-4 Name of module: «Statistics and analysis» Name of discipline: Statistics Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Organization of the enterprise

қызметтің тиімділігін қамтамасыз етудегі статистикалық талдаудың мәні мен рөлі туралы студенттердің теориялық білімін қалыптастыру. Қысқаша сипаттамасы: Статистика пәні, даму процестері және оның зерттеу әдістері. Статистика агенттігінің ұйымдастырылуы және оның міндеттері. Статистикалық бақылау. Статистикалық мәліметтерді жинақтау, топтау және кесте құру. Орташа шамалар мен өзгерменің көрсеткіштері. Нақты және қатысты шамалар. Статистикадағы графиктік әдіс. Индекстер. Ішінара бақылау. Әлеуметтік-экономикалық статистиканың ғылыми негіздері. Халық және еңбек статистикасы. Ұлттық байлық статистикасы. Халықтың тұрмыс дәрежесінің статистикасы. Тауарлы және ақшалай айналыс статистикасы. Баға статистикасы. Оқыту нәтижелері: - негізделген басқару шешімдерін қабылдау үшін экономикалық процестерді болжаудың статистикалық әдістерін, әдістерін қолданады. Қалыптасатын құзыреттер: біледі - жаппай және қатпарлы бақылауды ұйымдастыру; - статистикалық кестелер мен кестелерді құру; - статистикалық деректер массивтерін талдау; - статистикалық көрсеткіштерді есептеу және түсіндіру; - жүргізілген талдаудан туындайтын	и роли статистического анализа в обеспечении эффективности экономической деятельности в процессе принятия управленческих решений. Краткое описание: Предмет, метод, задачи и организация статистики. Статистическое наблюдение. Статистическая сводка и группировка. Абсолютные и относительные величины. Средние величины и показатели вариации. Ряды динамики. Экономические индексы. Выборочный метод. Статистика численности работников и использования рабочего времени. Статистика производительности труда. Статистика себестоимости продукции. Статистика основных фондов. Систем показателей социально-экономической статистики. Результаты обучения: - применяют статистические методы, методы прогнозирования экономических процессов для принятия обоснованных управленческих решений. Формируемые компетенции: умеет - организовать сплошное и несплошное наблюдение; - строить статистические графики и таблицы; - анализировать массивы статистических данных; - исчислять и интерпретировать статистические показатели; - формулировать выводы, вытекающие из проведенного анализа.	Purpose: formation of students ' theoretical knowledge about the importance and role of statistical analysis in ensuring the effectiveness of economic activity in the process of management decision-making. Brief description: Studies the subject, method, tasks and organization of statistics. Statistical observation. Statistical summary and grouping. Absolute and relative values. Average values and indicators of variation. Series dynamics. Economic indices. Sampling method. Statistics on the number of employees and the use of working time. Labor productivity statistics. Production cost statistics. Learning outcomes: - apply statistical methods, methods of forecasting economic processes to make informed management decisions. Formed competencies: knows - to organize continuous and non-continuous observation; - build statistical graphs and tables; - analyze statistical data sets; - calculate and interpret statistical indicators; - to formulate conclusions arising from the analysis.
--	--	---

қорытындыларды тұжырымдау.		
Модуль коды: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пән атауы: Экономикада статистикалық әдістер Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Маркетинг Мақсаты: студенттердің мәліметтерді статистикалық талдау әдістерін қолдану әдістемесі мен практикасы мәселелері бойынша іргелі теориялық білімдерін қалыптастыру, сондай-ақ студенттерді талдау міндеттерін шешуді жүзеге асыратын Модульдер жүзеге асыратын қазіргі заманғы бағдарламалық құралдарға үйрету. Қысқаша сипаттамасы: Деректерді модельдеу әдістері. Өртүрлі өлшеу шкалаларында ұсынылған деректерді түрлендіру. Көп өлшемді деректерді алдын ала талдау. Деректердің дұрыстығын талдау әдістері және қателерді түзету. Статистикалық гипотезаларды тексеру әдістері. Үздіксіз белгілердің кластерлік талдауы. Екілік белгілердің кластерлік талдауы. Дискриминанттық талдау. Оқыту нәтижелері: - негізгі компонент әдісін және барынша шынайы қажеттілік әдісін пайдалана отырып, факторлық талдау жүргізеді, - құрылған факторлық үлгінің маңыздылығын бағалайды Қалыптасатын құзыреттер: - статистиканың негізгі ұғымдары мен санаттарын	Код модуля: СА-4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины: Статистические методы в экономике Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Маркетинг Цель: формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний по вопросам методики и практики применения методов статистического анализа данных, а также обучение студентов современным программным средствам в которых реализованы модули, осуществляющие решение задач анализа. Краткое описание: Методы моделирование данных. Преобразование данных, представленных в различных шкалах измерения. Предварительный анализ многомерных данных. Методы анализа достоверности данных и исправление ошибок. Методы проверки статистических гипотез. Кластерный анализ непрерывных признаков. Кластерный анализ бинарных признаков. Дискриминантный анализ. Результаты обучения: проводит факторный анализ, используя метод главных компонент и метод максимального правдоподобия, оценивает значимость построенной факторной модели Формируемые компетенции: -использовать в практической деятельности основные понятия и категории статистики;; - формировать собственную позицию по статистических исследованиям; -использовать данные в практической деятельности, обобщать их и разрабатывать	Code of module: SA -4 Name of module: «Statistics and analysis» Name of discipline: Statistical methods in Economics Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Marketing Purpose: formation of students ' fundamental theoretical knowledge on the methodology and practice of statistical data analysis methods, as well as training students in modern software tools that implement modules for solving analysis problems. Brief description: Data modeling methods. Transformation of data presented in different scales of measurement. Preliminary analysis of multidimensional data. Methods of data reliability analysis and error correction. Methods for testing statistical hypotheses. Cluster analysis of continuous features. Cluster analysis of binary features. Discriminant analysis. Learning outcome: - conducts factor analysis using principal component analysis and maximum likelihood method, - assesses the significance of the constructed factor model

тәжірибелік қызметте пайдалану; ; - деректерді практикалық қызметте пайдалану, оларды жалпылау және статистикалық зерттеулер жүргізу әдістерін әзірлеу;	методы проведения статистических исследований;	Formed competencies: -to use in practice the basic concepts and categories of statistics;; to form its own position on statistical research; -to use the data in practice, to summarize them and to develop methods of statistical research;
Модуль коды: МК-3 Модуль атауы: «Мамандыққа кіріспе» Пән атауы: Экономиканы мемлекеттік реттеу Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Жаңа мемлекеттік менеджмент, Start-up менеджмент Мақсаты: студенттерге экономиканы мемлекеттік реттеудің күрделі мәселелері туралы жалпы түсінік беру, реттеу нысандары, субъектілері және құралдары мақсатын көрсету, мемлекеттік экономикалық саясат мүмкіндіктерінің логикасын, механизмі мен шектерін ұсыну. Қысқаша сипаттамасы: Экономиканы мемлекеттік реттеудің теориялық негіздерін зерттейді. Экономикалық өсу: негізгі факторлар және оны қамтамасыз ету жөніндегі мемлекеттік шаралар. Ғылыми-техникалық прогрестің бағыттары және оны жеделдетудегі мемлекеттің рөлі.	Код модуля: ВС-3 Название модуля: «Введение в специальность» Название дисциплины: Государственное регулирование экономики Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Новый государственный менеджмент, Start-up менеджмент Цель: дать студентам общее представление о сложных проблемах государственного регулирования экономики, показать цели объекты, субъекты и средства регулирования, представить логику, механизм и пределы возможностей государственной экономической политики. Краткое описание: Изучает теоретические основы государственного регулирования экономики. Экономический рост: основные факторы и государственные меры по его обеспечению. Направления научно-технического прогресса и роль государства в его ускорении. Формирование и механизмы осуществления промышленной политики. Государственное регулирование инвестиций.	Code of module: IS-3 Name of module: Name of discipline: State regulation of the economy Prerequisites: Economic theory Postrequisites: New public management, Start-up management Purpose: to give students a General idea of the complex problems of state regulation of the economy, to show the objectives of the objects, subjects and means of regulation, to present the logic, mechanism and limits of state economic policy. Brief description: He studies the theoretical foundations of state regulation of the economy. Economic growth: the main factors and government measures to ensure it. Directions of scientific and technological

Өнеркәсіптік саясатты қалыптастыру және жүзеге асыру тетіктері. Инвестицияларды мемлекеттік реттеу. Өндірістік инфрақұрылымды дамытудағы мемлекеттің реттеуші рөлі. Оқыту нәтижелері: - экономиканы мемлекеттік реттеу әдістерін меңгерген; - мемлекеттік саясат объектілерін іске асыру тетіктерін түсінеді; Оқыту нәтижелері: - Экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістерін меңгерді; - мемлекеттік саясат нысандарын жүзеге асыру механизмдерін түсінеді; Қалыптасатын құзыреттер: - ғаламдану жағдайында қазіргі әлемнің экономикалық мәселелеріне дербес баға бере алады; - ұлттық экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістері мен құралдарын талдай алады; - қазіргі экономикалық саясаттың әлеуметтік-экономикалық мәселелерін танып-біледі. - реттеу объектілері бойынша экономикалық құралдарды пайдаланудың ерекшеліктерін анықтай алады.	Регулирующая роль государства в развитии производственной инфраструктуры. Результаты обучения: - владеет методами государственного регулирования экономики; - понимает механизмы реализации объектов государственной политики; Формируемые компетенции: - может самостоятельно оценивать экономические проблемы современного мира в условиях глобализации; - анализировать методы и инструменты государственного регулирования национальной экономики; - знает социально-экономические проблемы современной экономической политики. - определять особенности использования экономических инструментов по объектам регулирования.	progress and the role of the state in its acceleration. The formation and mechanisms for the implementation of industrial policy. State regulation of investments. Regulatory role of the state in the development of industrial infrastructure. Learning outcome: - owns the methods of state regulation of the economy; - understands the mechanisms of implementation of state policy objects; Learning outcome: - owns the methods of state regulation of the economy; - understands the mechanisms of implementation of state policy objects; Formed competencies: - can independently assess the economic problems of the modern world in the context of globalization; - analyze methods and tools of state regulation of the national economy; - knows the socio-economic problems of modern economic policy. - to determine the features of the use of economic instruments for the objects of regulation.
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пән атауы: Статистика	Код модуля: СА -4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины:	Code of module: SA -4 Name of module: «Statistics and analysis»

Пререквизиті: Экономикалық теория Постреквизиті: Қаржы Мақсаты: статистикалық әдіснаманы қарастыру: статистикалық деректерді жинау мен талдаудың жалпы принциптерін, жаппай әлеуметтік құбылыстар мен процестердің заңдылықтарын зерттеу, сондай-ақ елдің экономикалық және әлеуметтік өмірінде болып жатқан жаппай әлеуметтік-экономикалық құбылыстарды сандық және сапалы бағалаудың теориялық білімдері мен практикалық дағдыларын меңгеру. Қысқаша сипаттамасы: Қоғамдық өмірдің сандық жағын зерттейді, ол қоғамдық құбылыстар мен процестердің нақты мөлшері мен сандық арақатынасында өз көрінісін табады. Экономиканың түрлі салаларында бар Статистика көрсеткіштерімен, оларды есептеу әдістемесімен және талдаудың негізгі бағыттарымен таныстырады. Оқыту нәтижелері: Әлеуметтік-экономикалық статистиканың ғылыми негіздерін біледі; Экономикалық даму деңгейін, экономикалық процестердің жағдайлары мен факторларын талдау үшін статистикалық әдістерді қолданады статистикалық ақпараттың нәтижелерін ұсыну үшін статистика саласындағы статистикалық ақпаратты өңдеу және талдау және мәтіндік режимде зерттеу менгерген Өңірдің және Қазақстанның әлеуметтік –экономикалық жағдайын және дамуын	Статистика Пререквизит: Экономическая теория Постреквизит: Финансы Цель: рассмотрение статистической методологии:общих принципов сбора и анализа статистических данных, изучение закономерностей и тенденций массовых общественных явлений и процессов, а также приобретение теоретических знаний и практических навыков количественно-качественной оценки массовых социально-экономических явлений, происходящих в экономической и социальной жизни страны. Краткое описание: Изучает количественную сторону общественной жизни, которая находит свое отображение в конкретных размерах и количественных соотношениях общественных явлений и процессов. Знакомит с показателями статистики, существующими в различных отраслях экономики, методикой их исчисления и основными направлениями анализа Результаты обучения: Знает научные основы социально-экономической статистики; использует статистические методы анализа уровня экономического развития, условий и факторов экономических процессов умеет самостоятельно собирать, обрабатывать и анализировать статистическую информацию в области статистики для представления результатов статистического исследования в наглядном и текстовом режиме. Владеет навыками практического применения знаний и умений в	Name of discipline: Statistics Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Finance Purpose: consideration of statistical methodology:General principles of collection and analysis of statistical data, the study of patterns of mass social phenomena and processes, as well as the acquisition of theoretical knowledge and practical skills of quantitative and qualitative assessment of mass socio-economic phenomena occurring in the economic and social life of the country. Brief description: Studies the quantitative side of social life, which is reflected in the specific size and quantitative relations of social phenomena and processes. Introduces the indicators of statistics existing in various sectors of the economy, the methodology of their calculation and the main directions of analysis. Learning outcomes: Knows the scientific basis of socio-economic statistics; uses statistical methods to analyze the level of economic development, conditions and factors of economic processes can independently collect, process and analyze
---	---	---

сипаттайтын көрсеткіштері арқылы микро-макроэкономикалық жалпылама есептеулердің техникасы мен технологиясын білім мен іс жүзінде қолдану дағдысы бар. Қалыптасатын құзыреттер:, өндірістік, ғылыми–зерттеу қызметінде алынған теориялық және практикалық білімді, іскерлікті, дағдыларын қолдану	владении техникой и технологией расчетов обобщающих микро-макроэкономические показатели, характеризующих социально –экономическое состояние и развитие ситуации региона и РК. Формируемые компетенции: применение полученных теоретических и практических знаний, умений, навыков в производственной, научно-исследовательской деятельности.	statistical information in the field of statistics to present the results of statistical research in visual and text mode. Has the skills of practical application of knowledge and skills in mastering the technique and technology of calculations generalizing micro-macroeconomic indicators characterizing the socio –economic situation and development of the region and Kazakhstan. Formed competencies: the application of theoretical and practical knowledge, skills and abilities in industrial, scientific and research activities.
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пән атауы: Экономикада статистикалық әдістер Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Қаржы Мақсаты: Статистиканың теориялық мәселелерін, зерттеу объектісін, жағдайын, дамуын, әлеуметтік құбылыстардың құрылымын, оларды статистикалық бақылау мен статистикалық ақпаратты жинауды зерттеу. Қысқаша сипаттамасы: Ықтималдықтар теориясы мен математикалық статистиканың негізгі ұғымдарын ашады; Ықтимал кеңістіктерді, оқиғаларды және кездейсоқ шамаларды, корреляцияны зерттейді.Кездейсоқ	Код модуля: СА -4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины: Статистические методы в экономике Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Финансы Цель: Изучение теоретических вопросов статистики, объекта исследования, состояния, развития, структуры социальных явлений, их статистического наблюдения и сбора статистической информации. Краткое описание: Раскрывает основные понятия теории вероятностей и математической статистики; Изучает вероятные пространства, события и случайные величины, корреляцию. Дает характеристику случайным величинам, независимости и закону больших чисел, в распределению хи-	Code of module: SA -4 Name of module: «Statistics and analysis» Name of discipline: Statistical methods in Economics Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Finance Purpose: The study of theoretical issues of statistics , the object of study, the state, development, structure of social phenomena, their static observation and collection of statistical information. Brief description: Reveals the basic concepts of probability theory and mathematical statistics; Studies probable

шамаларға сипаттама береді. Тәуелсіздік және Үлкен сандар заңы. Оқыту нәтижелері: Білімдер: қайта құруға бағытталған экономикалық қатынастар және статистикалық талдау жүргізу мақсатында қажетті жедел, ағымдағы және перспективалы шешімдер қабылдауда статистиканың жаңа бағыттарын біледі, . Іскерліктер: өңдеу және талдау нәтижелермен таныстыру үшін өз бетінше статистикалық ақпаратты жинай алады Дағдысы: қоғамның экономикалық дамуын сипаттайтын жалпы микро-макрэкономикалық көрсеткіштерді есептеу техникасын игеруде практикалық қолдану білімі мен дағдысына ие Қалыптасатын құзыреттер: статистиканың негізгі ұғымдары мен санаттарын тәжірибелік қызметте пайдалану; статистикалық зерттеулер бойынша жеке позициясын қалыптастыру; деректерді практикалық қызметте пайдалану, оларды жинақтау және экономикада статистикалық зерттеулер жүргізу әдістерін қолдана білу;	квадрат, Стьюдента, Фишера. Результаты обучения: Знания: знает новые ориентиры статистики, направленных на преобразование сложившихся ранее экономических отношений и проведение статистического анализа с целью принятия необходимых оперативных, текущих и перспективных решений. Умения: умеет самостоятельно собирать, обрабатывать и анализировать статистическую информацию для презентаций результатов статистического исследования. Навыки: имеет навыки практического применения знаний и умений в владении техникой расчета обобщающих микро-макрэкономических показателей, характеризующих экономическое развитие общества Формируемые компетенции: использовать в практической деятельности основные понятия и категории статистики; формировать собственную позицию по статистическим исследованиям; использовать данные в практической деятельности, обобщать их и разрабатывать методы проведения статистических исследований в экономике;	spaces, events and random variables, correlation. Gives a description of the random variables. Independence and the law of large numbers. Sample distributions of Chi-square, student, Fisher. Learning outcomes: Knowledge: knows new statistical guidelines, aimed at the transformation of the existing previous economic relations and conduct of statistical analysis for the purpose of required operational, ongoing and promising solution. Skills: self-assemble, processing and analyzing statistical information for results presentations statistical study. Skills: has the skills of practical application knowledge and skills in the mastery of the technique of calculation synthesis of micro-macroeconomic indicators characterizing economic development of society Formed competencies: использовать на практике основные понятия и категории статистики; формировать собственную позицию по статистическим исследованиям; использовать данные на практике, обобщать их и разрабатывать методы
---	--	--

		статистических исследований в экономике;
Модуль коды: МК-3 Модуль атауы: «Мамандыққа кіріспе» Пән атауы: Менеджмент Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Инновациялық менеджмент, Дағдарысқа қарсы менеджмент Мақсаты: Экономика мамандықтарының студенттерін менеджмент теориясы мен практикасы саласында терең біліммен қамтамасыз ету, бұл нарықтық экономика жағдайында университетті бітіргеннен кейін басқару қызметімен тиімді айналысуға мүмкіндік береді. Қысқаша сипаттамасы: Бұл пән басқару мазмұнын қарастырады және зерттейді және классикалық менеджмент негіздерін меңгеруге мүмкіндік береді, басқару принциптері, функциялары мен процестері туралы білім кешенін қалыптастырады, басқару қызметінің түрлі түрлерін жүзеге асырудың және басқару жүйелерін талдаудың нақты дағдыларын өңдейді. Оқыту нәтижелері: - менеджменттің принциптерін, әдістерін және функцияларын біледі. - ұйымды өзара байланысты элементтер жүйесі ретінде қарастырады - басқарушылық дағдыларды меңгерген. Қалыптасатын құзыреттер: құзыретті: - ұйымдағы ғылым және кәсіби қызмет түрі ретінде менеджмент туралы ұғымды	Код модуля: ВС-3 Название модуля: «Введение в специальность» Название дисциплины: Менеджмент Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Инновационный менеджмент, Антикризисный менеджмент Цель: обеспечение студентов экономических специальностей глубокими знаниями в области теории и практики менеджмента, что позволит им по окончании университета в условиях рыночной экономики эффективно заниматься управленческой деятельностью. Краткое описание: Рассматривает и изучает содержание управления и позволяет освоить основы классического менеджмента, формирует комплекс знаний о принципах, функциях и процессах управления, вырабатывает конкретные навыки осуществления различных видов управленческой деятельности и анализа систем управления. Результаты обучения: - знает принципы, методы и функции менеджмента. - рассматривает организацию, как систему взаимосвязанных элементов - владеет управленческими навыками. Формируемые компетенции: компетентны: - в определении понятия о менеджменте, как о науке и виде профессиональной деятельности в организации. - использовать полученные в менеджменте знания, в процессе профессиональной деятельности. - в применении	Module code: IS-3 Module name: "Introduction to the specialty»: Name of discipline: Management Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Innovation management, ANTI-Crisis management Purpose: providing students of economic specialties with deep knowledge in the field of theory and practice of management, which will allow them to graduate from the University in a market economy to effectively engage in management activities. Brief description: Examines and studies the content of management and allows you to learn the basics of classical management, forms a set of knowledge about the principles, functions and processes of management, develops specific skills of various types of management activities and analysis of management systems. Learning outcome: - knows the principles, methods and functions of management. - considers the organization as a system of interrelated elements - has managerial skills.

анықтауда. - менеджментте алынған білімді, кәсіби қызмет процесінде пайдалану. - коммуникативтік және ұйымдастырушылық дағдыларды қолдануда	коммуникативных и организационных навыков	Formed competence: competent: - in the definition of management as a science and type of professional activity in the organization. - use the knowledge gained in management, in the process of professional activity. - application of communication and organizational skills
Модуль коды: АК-2 Модуль атауы: «Ақпараттық-коммуникативті» Пән атауы: Кәсіби қазақ (орыс) тілі Пререквизиттер: Қазақ (орыс) тілі Постреквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Мақсаты: - мамандық тілі негізінде коммуникативтік және тілдік құзыреттілікті қалыптастыру, студенттердің кәсіби дайындығын жетілдіру. Қысқаша сипаттамасы: Студенттерді кәсіби қызметтің міндеттерін шешу үшін ауызша және жазбаша түрде қазақ (орыс) тілдерінде коммуникацияға дайындайды. Студенттер ақпараттық басқару саласындағы терминологияны қазақ (орыс) тілдерінде оқиды. Қазақ тілі – мемлекеттік тіл. Ұқыптылық пен үнемшілдік – экономика жаны. Менің мамандығым. Оқыту нәтижелері: - ауызша сөйлеу (кәсіби әңгіме жүргізу, ақпарат алмасу, дискуссия жүргізу) және жазбаша сөйлеу (ресми хаттар, қызметтік хаттар, нұсқаулықтар, түрлі заң	Код модуля: ИК-2 Название модуля: «Информационно-Коммуникативный» Название дисциплины: Профессиональный казахский (русский) язык Пререквизиты: Казахский (русский) язык Постреквизиты: Маркетинговые исследование Цель: – формирование коммуникативной и языковой компетенции на основе языка специальности, совершенствование профессиональной подготовки студентов. Краткое описание: Описывают подготовку студентов к коммуникации в устной и письменной форме на казахском (русском) языках для решения задач профессиональной деятельности. Студенты изучают терминологию в области информационного управления на казахском (русском) языках. Казахский язык-государственный язык. Аккуратность и экономичность – душа экономики. Моя профессия. Результаты обучения: - владеют жанрами устной речи (вести профессиональную беседу, обмениваться информацией, вести	Code of module: IC-2 Name of module: «Informational and communicative» Name of discipline: Professional Kazakh (Russian) language Prerequisites: Kazakh (Russian) language Postrequisites: Marketing research Purpose: – formation of communicative and language competence on the basis of the language of the specialty, improvement of professional training of students. Brief description: Describe the preparation of students for communication in oral and written form in the Kazakh (Russian) languages to solve the problems of professional activity. Students study terminology in the field of information management in the Kazakh (Russian) languages. Kazakh is the state language. Accuracy and efficiency – the soul of the economy. My

құжаттарын құрастыру; жазылған құжаттарды редакциялау) жанрларын меңгерген. Қалыптасатын құзыреттер: Білу: - әртүрлі тілдік жағдайларда бағдарлану, өзінің Коммуникативтік ниеттерін дұрыс іске асыру; - орфографиялық, пунктуациялық және сөйлеу қатынасында лингвистикалық сөздіктер мен анықтамалық әдебиеттерді пайдалана отырып, орыс тіліндегі жазбаша мәтіндерді сауатты ресімдеу.	дискуссию) и письменной речи (составлять официальные письма, служебные записки, инструкции, различные юридические документы; редактировать написанное). Формируемые компетенции: Уметь: - ориентироваться в различных языковых ситуациях, адекватно реализовывать свои коммуникативные намерения; - грамотно в орфографическом, пунктуационном и речевом отношении оформлять письменные тексты на русском языке, используя лингвистические словари и справочную литературу.	profession. Learning outcomes: - command of the genres of oral speech (conduct a professional conversation, to share information, to debate) and writing (to compose official letters, memos, instructions, various legal documents; editing of written). Formed competencies: Know: - navigate in different language situations, adequately implement their communicative intentions; - correctly in spelling, punctuation and speech to make out written texts in Russian, using linguistic dictionaries and reference literature.
Модуль коды: АК-2 Модуль атауы: «Ақпараттық-коммуникативті» Пән атауы: Кәсіби бағытталған шет тілі Пререквизиттер: Шет тілі Постреквизиттер: New public management, Start-up management Максаты: студенттердің коммуникативтік құзыреттілігін меңгеруі, ол болашақта кәсіби қызметтің әр түрлі салаларында, ғылыми және практикалық жұмыста, шетелдік серіктестермен қарым-қатынаста, өздігінен білім алу және басқа да мақсаттар үшін шет тілін пайдалануға мүмкіндік береді. Практикалық мақсатпен қатар, шетел тілі курсы кәсіби мақсатпен қатар студенттердің ой-өрісін	Код модуля: ИК-2 Название модуля: «Информационно-Коммуникативный» Название дисциплины: Профессионально-ориентированный иностранный (язык) Пререквизиты: Иностранный язык Постреквизиты: New public management, Start-up management Цель: овладение студентами коммуникативной компетенцией, которая в дальнейшем позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразовательных и других целей. Наряду с практической целью, курс иностранного языка для профессиональных целей	Code of module: IC-2 Name of module: «Informational and communicative» Name of discipline: Professionally-oriented foreign language Prerequisites: Foreign language Postrequisites: New public management, Start-up management Purpose: Students mastering communicative competence, which will further allow the use of a foreign language in various areas of professional activity, scientific and practical work, in communication with foreign partners, for self-education and other

кеңейтуге, олардың жалпы мәдениеті мен білімін арттыруға, сондай-ақ экономика саласында ойлау мәдениеті мен күнделікті және кәсіби қарым-қатынас жасауға, басқа елдер мен халықтардың рухани құндылықтарына төзімділікке және құрметтеуге тәрбиелеуге ықпал ете отырып, білім беру және тәрбие мақсаттарын жүзеге асырады. Қысқаша сипаттамасы: Бұл пән кез келген мамандық бойынша студенттердің лингвистикалық білім алуына қажетті жалпы ұсынымдарды қамтиды. Оның мазмұны студенттердің ғылыми-Кәсіби саладағы коммуникативтік қажеттіліктерімен, ғылыми қызмет құралы ретінде орыс тілін оқытудың мақсаттары мен міндеттерімен анықталады. Тілді практикалық меңгерудің коммуникативтік мақсаттары мен міндеттері концептуалды, базистік болып табылады. Бакалавриат студенттері қарым-қатынастың ғылыми саласымен байланысты сөйлеу дағдылары мен іскерліктерін қалыптастыра және жетілдіре отырып, ана тіліне қатысты қосымша қарым-қатынас құралдарын меңгеріп, нәтижесінде терең және сапалы кәсіби білім алады. Оқыту нәтижелері: -шет тілінде сөздік-анықтамалық әдебиетті қолдана алады; - өнімді және рецептивті біліктерді жетілдіру, ауызша сөйлеу, жазу, оқу, тыңдау дағдыларын автоматтандыру;	реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного и профессионального общения в сфере экономики, воспитанию терпимости и уважения к духовным ценностям других стран и народов. Краткое описание: Данная дисциплина содержит общие рекомендации, реализация которых необходима в лингвистическом образовании студентов любой специальности. Ее содержание определяется коммуникативными потребностями студентов в научно-профессиональной сфере, целями и задачами обучения русскому языку как средству научной деятельности. Концептуальными, базисными являются коммуникативные цели и задачи практического владения языком. Студенты бакалавриата, формируя и совершенствуя речевые навыки и умения, связанные с научной сферой коммуникации, овладевают дополнительным по отношению к родному языку средством общения и в итоге получают глубокое и качественное профессиональное образование. Результаты обучения: - умеет пользоваться словарно-справочной литературой на иностранном языке; - совершенствование продуктивных и рецептивных умений, автоматизация навыков устной речи, письма, чтения, аудирования; - знает национальной культуры, а также культуры общения и ведения бизнеса стран изучаемого языка	purposes. Along with the practical goal, a foreign language course for professional purposes implements educational and educational goals, contributing to the expansion of students' horizons, raising their general culture and education, as well as thinking culture and everyday and professional communication in the field of economics, nurturing tolerance and respect for the spiritual values of others. countries and peoples. Brief description: This discipline contains general recommendations, the implementation of which is necessary in the linguistic education of students of any specialty. Its content is determined by the communicative needs of students in the scientific and professional field, the goals and objectives of teaching Russian as a means of scientific activity. Conceptual, basic are the communicative goals and objectives of practical language proficiency. Undergraduate students, developing and improving speech skills and abilities associated with the scientific sphere of communication, acquire additional means of
---	--	---

оқылатын Тіл елдерінің ұлттық мәдениетін, сондай-ақ қарым-қатынас мәдениетін және бизнес жүргізу мәдениетін біледі Қалыптасатын құзыреттер: аударма-мамандық бойынша түпнұсқа мәтіндерді аударуды үйрену; - коммуникативтік-сөйлеу дағдыларын өздігінен сөйлеу деңгейіне жақындату; - тілдік - CNN, Euronews телеарналарының хабарларын көру кезінде тіл тасымалдаушылардың сөздерін түсіну, ақпаратты түпнұсқада оқу және пайдалану.	Формируемые компетенции: переводческая - научиться переводить оригинальные тексты по специальности; - коммуникативная - приблизить речевые навыки к уровню спонтанной речи; - языковая - понимать речь носителей языка при просмотре передач телеканалов CNN, Euronews, читать и использовать информацию в оригинале.	communication in relation to their native language and as a result receive a deep and high-quality professional education. Learning outcomes: - able to use vocabulary and reference books in a foreign language; - improving productive and receptive skills, automating the skills of speaking, writing, reading, listening; - knows the national culture, as well as the culture of communication and business of the countries of the target language Formed competencies: translation - learn to translate the original texts in the specialty; - communicative - to bring speech skills to the level of spontaneous speech; - language - understand the speech of native speakers when watching programs on CNN and Euronews TV channels, read and use the information in the original.
Модуль коды: МК- 3 Модуль атауы: Мамандыққа кіріспе Пән атауы: Маркетинг Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Мақсаты:Маркетингтің теориялық негіздерін оқыту, сонымен қатар, оның элементтері мен принциптерін пайдалануда тәжірибелер жинақтау	Код модуля: ВС -3 Название модуля: Введение в специальность Название дисциплины: Маркетинг Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Маркетинговое исследование Цель: Изучение теоретических основ маркетинга, а также обобщение опыта использования его элементов и принципов Краткое описание:	Code of module: IC -3 Name of module: Introduction to the specialty Name of discipline: Marketing Prerequisites:Economic theory Postrequisites: Marketing research Purpose:The study of the theoretical foundations of marketing, as well as

Қысқаша сипаттамасы: Пән келесі мәселелерді зерттейді: маркетингтің теориялық негіздері мен концепциялары; маркетингтік зерттеулер; маркетингтік орта; тауар нарықтарындағы тұтынушылардың мінез-құлқы; нарықты сегменттеу; маркетинг жүйесіндегі тауар; маркетингтегі тауар саясаты; маркетингтегі баға саясаты; маркетингтегі өткізу саясаты; маркетингтегі коммуникациялық саясат. Оқыту нәтижелері: - маркетингтің негізгі ұғымдарын білу; - маркетингтік зерттеулерді жүргізу әдістерін және ретін білу; - экономикалық терминдерді қолдана білу; - маркетинг кешенінің негізгі элементтерін білу. Қалыптасатын құзыреттер: тауарлар мен қызмет көрсетулер нарығындағы тұтынушылық мінез-құлық теориясының негіздері; маркетингтік зерттеу жүргізу дағдыларын; маркетингтік ақпаратты жинау және талдау; нарықты сегменттеу мен тауарды позициялау; маркетинг жүйесіндегі тауар саясатын, бағаның құрылуы мен бағалық стратегияларын қолдану; тауар қозғалысы және тарату жүйесі мен тауарлар мен қызмет көрсетулерді жылжыту саласында шешім қабылдау	Изучает следующие вопросы: теоретические основы и концепции маркетинга; Маркетинговые исследования; Маркетинговая среда; Поведение потребителей на товарных рынках; Сегментирование рынка; Товар в системе маркетинга; Ценовая политика в маркетинге; Коммуникационная политика в маркетинге; Реклама в системе маркетинга; Планирование и контроль маркетинга; Стратегическое планирование в маркетинге; Международный маркетинг. Результаты обучения: - знать основные понятия маркетинга; - знать порядок и методы проведения маркетинговых исследований; - умение применять экономические термины; - знать основные элементы маркетингового комплекса. Формируемые компетенции: основы теории потребительского поведения на рынке товаров и услуг; навыки проведения маркетинговых исследований; сбор и анализ маркетинговой информации; сегментация рынка и позиционирование товара; применение товарной политики в системе маркетинга, ценообразования и ценовых стратегий; принятие решений в области продвижения товаров и услуг и системы движения и распространения товаров	generalization of the experience of using its elements and principles Brief description: Studies the following issues: theoretical foundations and concepts of marketing; Marketing research; Marketing environment; consumer Behavior in commodity markets; market Segmentation; Product in the marketing system; Pricing policy in marketing; Communication policy in marketing; Advertising in the marketing system; marketing Planning and control; Strategic planning in marketing; international marketing. Learning outcome: - know the basic concepts of marketing; - know the procedure and methods of marketing research; - ability to apply economic terms; - know the basic elements of the marketing complex. Formed competencies: fundamentals of the theory of consumer behavior in the market of goods and services; skills of marketing research; collection and analysis of marketing information; market segmentation and product positioning; application of product policy in the marketing, pricing and pricing strategies; decision-making in the field of
--	---	---

		promotion of goods and services and the system of movement and distribution of goods
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пәннің атауы: Экономика және бизнесте сандық технологияларды қолдану Пререквизиттер: Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Постреквизиттер: Коммерциализацияландыру және бизнес-жоспарлау Мақсаты: студент келесіні меңгеруі керек: экономикалық ақпаратты өңдеу әдістерін және экономикалық есептерді шешуді автоматтандырудың қазіргі кең таралған құралдарын. Қысқаша сипаттамасы: Сандық экономика негіздерін; цифрлық автоматтандыру; жұмыс кеңістігін виртуалдандыру; атқарушылық басқаруды оңтайландыру; клиенттерге қызмет көрсету сапасын түрлендіру; операциялық процестерді трансформациялау; сандық экономиканың қазіргі заманғы трендтері және бизнес-модельдерді цифрлық трансформациялаудың ерекше ерекшеліктері; өз бизнесі үшін цифрлық технологияларды практикалық қолдану; технологиялық және экономикалық серпіліс идеологиясы ретінде "ҚР цифрлық экономикасы" зерттейді. Оқыту нәтижелері: -ақпараттық технологиялардың негізгі	Код модуля: СА -4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины: Применение цифровых технологий в экономике и бизнесе Пререквизиты: Информационно-коммуникационные технологии Постреквизиты: Коммерциализация и бизнес планирование Цель: студент должен овладеть: методами обработки экономической информации и современными наиболее распространенными средствами автоматизации решения экономических задач. Краткое описание: Изучает основы цифровой экономики; цифровая автоматизация; виртуализация рабочего пространства; оптимизация исполнительного управления; преобразование качества обслуживания клиентов; «Цифровая экономика РК» как идеологию технологического и экономического прорыва; идентифицировать риски цифровой экономики, ее влияние на рынок труда; технологии и возможности цифровой трансформации организации; применение цифровых технологий в бизнесе; Результаты обучения: - освоены основные классы информационных технологий и их применение в экономике; - приобретены практические навыки обработки экономической информации с помощью программных средств; - приобретены навыки принятия экономических решений на базе	Code of module: SA -4 Name of module: «Statistics and analysis» Name of discipline: Application of digital technologies in economy and business Prerequisites: Information and communication technologies Postrequisites: Commercialization and business planning Purpose: the student must master: methods of processing economic information and modern most common means of automation of economic problems. Brief description: Studies the basics of digital economy; digital automation; virtualization of workspace; optimization of Executive management; transformation of customer service quality; "Digital economy of Kazakhstan" as the ideology of technological and economic breakthrough; identify the risks of the digital economy, technologies and opportunities for digital transformation of the organization. Learning outcome: - the main classes of information technologies and their

кластары және оларды экономикада қолдану игерілді; - бағдарламалық құралдардың көмегімен экономикалық ақпаратты өңдеудің практикалық дағдылары алынды; - ақпараттық технологиялар базасында экономикалық шешімдер қабылдау дағдылары алынды; - ақпараттық технология көмегімен экономикалық қызметті ұйымдастыру әдістері меңгерілді. Қалыптасатын құзыреттер: - ұйымдастыру-басқару шешімдерін қабылдау қабілеті - экономикалық есептерді жүргізу үшін әртүрлі ақпарат көздерін талдау және пайдалану қабілеті	информационных технологий; - освоены методы организации экономической деятельности с помощью информационной технологии. Формируемые компетенции: - способность принимать организационно-управленческие решения - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	application in the economy have been mastered; - acquired practical skills of economic information processing with the help of software; - acquired skills of economic decision-making based on information technology; - the methods of organization of economic activity with the help of information technology have been mastered. Formed competencies: - ability to make organizational and managerial decisions - ability to analyze and use various sources of information for economic calculations
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика және талдау» Пән атауы: Кестелік процессорлардағы қаржы-экономикалық есептеулер Пререквизиттер: Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Постреквизиттер: Коммерциализацияландыру және бизнес-жоспарлау Мақсаты: - ақпараттық технологиялар туралы тұтас түсініктерді қалыптастыру, электрондық кестелерде тиімді жұмыс істеу қағидаттары мен механизмдерінің мазмұнын ашу, қазіргі қоғам мен экономикалық білімнің дамуындағы ақпарат пен ақпараттық технологиялардың маңызын жүйелі қабылдауды дамыту.	Код модуля: СА -4 Название модуля: «Статистика и анализ» Название дисциплины: Финансово-экономические расчеты в табличных процессорах Пререквизиты: Информационно-коммуникационные технологии Постреквизиты: Коммерциализация и бизнес планирование Цель: – формирование целостного представления об информационных технологиях, раскрытие содержания принципов и механизмов эффективной работы в электронных таблицах, развитие системного восприятия значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаниях. Краткое описание: Рассматривает следующие	Code of module: SA -4 Name of module: «Statistics and analysis» Name of discipline: Financial and economic calculations in tabular processors Prerequisites: Information and communication technologies Postrequisites: Commercialization and business planning Purpose: – formation of a holistic view of information technology, disclosure of the principles and mechanisms of effective work in spreadsheets, the development of a systematic perception of the importance of

Қысқаша сипаттамасы: Бұл курс келесі мәселелерді ашады: MS Excel-де экономикалық есептеулерді ұйымдастыру. Экономикалық көрсеткіштерді талдау және есептеу үшін кіріктірілген қаржылық функцияларды пайдалану. MS Excel тізімдерінің көмегімен экономикалық ақпаратты талдау. Графиктер мен диаграммаларды құру. Параметрді таңдау. MS Excel құралдарымен онтайландырылған экономикалық есептеулерді жүргізу Оқыту нәтижелері: - экономикалық ақпаратпен жұмыс істеу үшін MS Excel қолданады; - экономикалық есептеулер алгоритмдерін құру; - MS Excel көмегімен экономикалық есептерді жүзеге асырады; - MS Excel деректер базасымен негізгі операцияларды жүргізеді; - экономикалық үдерістер үшін MS Excel құралдарымен графикалық болжау әдістерін қолданады; Қалыптасатын құзыреттер: білу: - нақты экономикалық есепті шешу үшін әдістерді таңдау; - экономикалық саладағы есептерді шешу алгоритмдерін құру; - MS Excel-де экономикалық есептерді орындау; - қаржылық есеп айырысу үшін қаржылық функцияларды пайдалану; - MS Excel-де тізімдер негізінде ұйымдастырылған деректер базасында іріктеуді, сүзуді, қорытынды шығаруды және жиынтық есептерді жүзеге асыру;	вопросы: Организация экономических расчетов в MS Excel. Использование встроенных финансовых функций для анализа и расчетов экономических показателей. Анализ экономической информации с помощью списков в MS Excel. Построение графиков и диаграмм. Подбор параметра. Проведение оптимизационных экономических расчетов средствами MS Excel Результаты обучения: - применяют MS Excel для работы с экономической информацией; - создают алгоритмы экономических расчетов; - осуществляет экономические расчеты с помощью MS Excel; - проводят основные операции с базами данных в MS Excel; - применяют методы графического прогнозирования средствами MS Excel для экономических процессов; Формируемые компетенции: Уметь: - выбирать методы для решения конкретной экономической задачи; - составлять алгоритмы решения задач экономической сфере; - выполнять экономические расчеты в MS Excel; - использовать финансовые функции для финансовых расчетов; - осуществлять сортировку, фильтрацию, подведение итогов и сводные отчеты в базах данных, организованных на основе списков в MS Excel; - подбирать вид графического отображения экономической информации в зависимости от ее характера;	information and information technology in the development of modern society and economic knowledge. Brief description: Considers the following issues: Organization of economic calculations in MS Excel. The use of built-in financial functions for the analysis and calculation of economic indicators. Analysis of economic information using lists in MS Excel. Plotting charts and diagrams. The selection of the parameter. Learning outcome: - apply MS Excel to work with economic information; - create algorithms of economic calculations; - performs economic calculations using MS Excel; - perform basic operations with databases in MS Excel; - apply methods of graphic forecasting by means of MS Excel for economic processes; Formed competencies: Know: - select methods for the solution of specific economic problems; - make algorithms for solving problems in the economic sphere; - perform economic calculations in MS Excel; - use financial functions for financial calculations; - perform sorting, filtering, summarizing
--	---	--

- экономикалық ақпаратты оның сипатына байланысты графикалық бейнелеу түрін таңдау;		and summary reports in databases organized on the basis of lists in MS Excel; – select the type of graphical display of economic information, depending on its nature;
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Жаңа мемлекеттік менеджмент Пререквизиттер: Менеджмент Постреквизиттер: Коммерциализацияландыру және бизнес-жоспарлау Мақсаты: Қазіргі мемлекеттік басқару жүйесін әлеуметтік-саяси қайта құру контекстінде мемлекеттік органдар мен жергілікті өзін-өзі басқарудың қазіргі заманғы мәселелерін студенттердің терең және жүйелі түрде түсінуін қалыптастыру Қысқаша сипаттамасы: Ұйымның мәселелерін, теориясын және әдіснамасын (Мемлекеттік басқарудың ғылыми тәсілдері, қағидаттары, оның мақсаттары, міндеттері, функциялары мемлекеттік басқару жүйесінде өтетін процестер, басқару әдістері, олардың көмегімен мемлекеттің және оның түрлі деңгейдегі құрылымдарының міндеттері шешілетін, елді дамытудың мақсаттары мен міндеттеріне қол жеткізу қамтамасыз етілетін), басқару шешімдерін қабылдау процесін және басқару технологияларын қарастырады және зерделейді. Оқыту нәтижелері: - мемлекеттік және	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям» Название дисциплины: Новый государственный менеджмент Пререквизиты: Менеджмент Постреквизиты: Коммерциализация и бизнес планирование Цель: формирование у студентов углубленного и системного представления о современных проблемах функционирования органов государственной власти и местного самоуправления в условиях социально – политических трансформаций современной казахстанской системы управления. Краткое описание: Рассматривает и изучает вопросы организации, теорию и методологию (научные подходы, принципы государственного управления, его цели, задачи, функции, протекающие в системе государственного управления процессы, методы управления, с помощью которых решаются задачи государства и его структур различного уровня, обеспечивается достижение целей и задач развития страны), процесс принятия управленческих решений и технологии управления. Результаты обучения: - владеет навыками менеджера в сфере государственного и муниципального управления; - умеет использовать современные управленческие технологии в сфере	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions »: Name of discipline: New public management Prerequisites: Management Postrequisites: Commercialization and business planning Purpose: Formation of students' in-depth and systematic understanding of modern problems of the functioning of public authorities and local self-government in the context of socio-political transformations of the modern Kazakhstani system of government. Brief description: This discipline examines and studies issues of organization, theory and methodology (scientific approaches, principles of public administration, its goals, objectives, functions, processes in the public administration system, management methods that help solve the tasks of the state and its structures at various levels development goals and objectives of

муниципалдық басқару саласындағы менеджердің дағдыларына ие; - мемлекеттік және муниципалдық басқару саласында заманауи басқару технологияларын қолдануға қабілетті Қалыптасатын құзыреттер: - белсенді азаматтық позицияны иелену қабілеті; - өз қызметінде нормативтік құқықтық құжаттарды қолдана білу; - қабылданатын ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдердің шарттары мен салдарын бағалау қабілеті; - мемлекеттік реттеу органдарының шешімдер қабылдауының негізгі себептері мен тетіктерін түсіну	государственного и муниципального управления Формируемые компетенции: - способность занимать активную гражданскую позицию; - умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений; - понимание основных мотивов и механизмы принятия решений органами государственного регулирования	the country), management decision-making process and management technology. Learning outcomes: - owns the skills of a manager in the field of state and municipal management; - able to use modern management technologies in the field of state and municipal government Formed competencies: - ability to take an active civil position; - the ability to use regulatory legal documents in their activities; - the ability to assess the conditions and consequences of organizational and managerial decisions taken; - understanding of the main motives and decision-making mechanisms of state regulatory bodies
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Старт-ап менеджмент Пререквизиттер: Менеджмент Постреквизиттер: Коммерциализацияландыру және бизнес-жоспарлау Мақсаты: - студенттің ұлттық экономиканың басымдықтарына сәйкес іске қосу жобасын ұйымдастыру және басқару туралы біртұтас түсінігін қалыптастыру, бизнесті құру үдерісін жеделдету және жиі қателіктер жібермеу үшін	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям»: Название дисциплины: Старт-ап менеджмент Пререквизиты: Менеджмент Постреквизиты: Коммерциализация и бизнес планирование Цель: формирование у студента целостного понимания организации и управления процессом реализации стартап-проекта в соответствии с приоритетами развития национальной экономики, приобретение необходимых практических навыков по организации управления	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions»: Name of discipline: Start-up management Prerequisites: Management Postrequisites: Commercialization and business planning Purpose: The purpose of the discipline is to form a student's holistic understanding of the organization and management of the

нақты жобаларды басқаруды ұйымдастыру үшін қажетті практикалық дағдыларды меңгеру Қысқаша сипаттамасы: Start-up –жобаларды және шағын бизнесті құру мен дамытудың ережесі мен заңдылықтарын және қазіргі Қазақстандағы оларды басқару ерекшеліктерін анықтайтын формальды және формальды емес институттардың өзара іс-қимыл мәселелерін, сондай-ақ ұлттық экономиканың даму басымдықтарына сәйкес стартап-жобаны іске асыру процесін ұйымдастыру мен басқаруды, бизнесті құру процесін жеделдетуге мүмкіндік беретін нақты жобаларды басқаруды зерделейді. Оқыту нәтижелері: Стартап-жобаға талдау жүргізе алады және оны жүзеге асырудың түрлі нұсқаларын бағалай алады; -стартап-жобаны әзірлеуді және іске асыруды ұйымдастыру. Стартап-жобаның негізгі концепцияларын және стартап-жобаларды талдау тәсілдерін меңгерген Қалыптасатын құзыреттер: Стартап-идеяны жұмыс істеп тұрған бизнеске айналдыру қабілетін қалыптастыру; Стартапты нормативтік реттеудің негізгі үрдістері туралы түсінік қалыптастыру	конкретными проектами, позволяющих ускорить процесс создания бизнеса и избежать часто допускаемых ошибок. Краткое описание: Изучает вопросы взаимодействия формальных и неформальных институтов, определяющих положение и закономерности создания и развития start-up – проектов и малого бизнеса и особенности их управления в современном Казахстане, а также организации и управления процессом реализации стартап-проекта в соответствии с приоритетами развития национальной экономики. Результаты обучения: Умеет проводить анализ стартап-проекта и оценивать различные варианты его реализации; - организовывать разработку и реализацию стартап-проекта. Владеет знаниями основных концепций стартап-проекта и способами анализа стартап-проектов Формируемые компетенции: Формирование способности превратить стартап-идею в работающий бизнес; Формирование представления об основных тенденциях нормативного регулирования стартапа	start-up project in accordance with the priorities of the national economy, acquiring the necessary practical skills for organizing the management of specific projects to speed up the business creation process and avoid making frequent mistakes. Brief description: He examines the interaction of formal and informal institutions that determine the position and patterns of creation and development of start-up projects and small businesses and their management in modern Kazakhstan, as well as the organization and management of the implementation process. Learning outcomes: Able to analyze start-up project and evaluate various options for its implementation; - organize the development and implementation of a start-up project. Knows the basic concepts of a start-up project and how to analyze start-up projects. Formed competencies: Formation of the ability to turn a startup idea into a working business; Forming an idea of the main trends in the regulation of a startup
Модуль атауы: СТ-4 Модуль атауы: «Статистика	Код модуля: СА -4 Название модуля: «Статистика и	Code of module: SA -4 Name of module:

және талдау» Пән атауы: Финансы Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Коммерциализацияландыру және бизнес-жоспарлау Мақсаты: Қаржының негізгі тұжырымдамаларын игеруді қамтамасыз ету, қаржының мәнін, қаржылық қатынастардың ерекшелігін, қаржы жүйесінің салалары мен буындарының құрамын түсіну және әр түрлі экономикалық субъектілердің қаржыларын ұйымдастыру ерекшеліктерін және қазіргі заманғы қаржының даму үрдістерін түсіну Қысқаша сипаттамасы: Қаржыларды ұйымдастыру және басқару негіздерін, Қазақстан Республикасы қаржы жүйесінің құрамы мен құрылымын, шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржыларын, мемлекеттік қаржыларды (салық, мемлекеттік бюджет және бюджеттен тыс қорлар, мемлекеттік кредит және мемлекеттік борыш), сақтандыру негіздерін, қаржының өзекті мәселелерін қарастырады. ҚР қаржы жүйесін зерттейді. Қазіргі кезеңдегі қаржы саясатының мәселелері мен міндеттерін қарастырады. Оқыту нәтижелері: Өзіндік экономикалық қатынастар ретінде Қаржы мәні мен функцияларының теориялық негіздерін біледі; Ұйымдар мен мемлекеттің қаржылық саясатын және пайдаланылатын қаржы құралдарын бағалай алады; Түрлі мемлекеттердің қаржыларының даму	анализ» Название дисциплины: Финансы Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Коммерциализация и бизнес планирование Цель: Обеспечение освоения основных концепций финансов, понимание сущности финансов, специфики финансовых отношений, состава сфер и звеньев финансовой системы и понимание особенностей организации финансов различных экономических субъектов и тенденций развития современных финансов Краткое описание: Рассматривает основы организации и управления финансами, состав и структуру финансовой системы Республики Казахстан, финансы хозяйствующих субъектов, государственные финансы (налоги, государственный бюджет и внебюджетные фонды, государственный кредит и государственный долг), основы страхования, актуальные проблемы финансов. Изучает финансовую систему РК. Рассматривает проблемы и задачи финансовой политики на современном этапе. Результаты обучения: Знает теоретические основы сущности и функций финансов как специфических экономических отношений; Умеет оценивать финансовую политику организаций и государства и используемые финансовые инструменты; Владеет инструментами анализа тенденций развития финансов различных государств, а также публично-правовых образований и других экономических субъектов	«Statistics and analysis» Name of discipline: Finance Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Commercialization and business planning Purpose: Ensuring the development of the basic concepts of Finance, understanding of the nature of Finance, the specifics of financial relations, the composition of areas and links of the financial system and understanding of the organization of Finance of various economic entities and trends in modern Finance Brief description: The discipline "Finance" occupies an important place in the system of other academic disciplines. In accordance with the requirements of the educational standard of Kazakhstan in the preparation of specialists in the field of Economics is of great importance to the acquisition of knowledge, skills and abilities in the field of Finance Learning outcomes: Knows the theoretical foundations of the essence and functions of Finance as a specific economic relations; Able to assess the financial policy of organizations and the state and the financial
---	---	---

үрдістерін, сондай-ақ жария-құқықтық құрылымдар мен басқа да экономикалық субъектілердің талдау құралдарын иеленеді Қалыптасатын құзыреттер: Отандық практикада мемлекеттік қаржыны ұйымдастырудың шетелдік тәжірибесін салыстыру және қолдану саласындағы базалық білімдерін көрсетеді	Формируемые компетенции: Демонстрирует базовые знания в области сравнения и применения зарубежного опыта организации государственных финансов в отечественной практике	instruments used; He has the tools to analyze trends in the development of Finance of various States, as well as public-legal entities and other economic entities Formed competencies: Demonstrates basic knowledge in the field of comparison and application of foreign experience in the organization of public Finance in domestic practice
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Экономиканы мемлекеттік реттеу Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Максаты: студенттерге экономиканы мемлекеттік реттеудің күрделі мәселелері туралы жалпы түсінік беру, реттеу нысандары, субъектілері және құралдары максатын көрсету, мемлекеттік экономикалық саясат мүмкіндіктерінің логикасын, механизмі мен шектерін ұсыну. Қысқаша сипаттамасы: Нарықтық жағдайларда ЭМР қажеттілігі. Шаруашылық процестерге араласпаудың мемлекеттік саясатының болмысы. Экономикалық процестердің мемлекеттік экономикалық саясатқа әсері. Жоспарлау, болжау және бағдарламалау арқылы экономикаға мемлекеттің нақты араласуының	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Государственное регулирование экономики Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Маркетинговые исследования Цель: дать студентам общее представление о сложных проблемах государственного регулирования экономики, показать цели объекты, субъекты и средства регулирования, представить логику, механизм и пределы возможностей государственной экономической политики. Краткое описание: Необходимость ГРЭ в рыночных условиях. Реалии государственной политики невмешательства в хозяйственные процессы. Воздействие экономических процессов на государственную экономическую политику. Формы конкретного вмешательства государства в экономику через планирование,	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: State regulation of the economy Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Marketing research Purpose: to give students a General idea of the complex problems of state regulation of the economy, to show the objectives of the objects, subjects and means of regulation, to present the logic, mechanism and limits of state economic policy. Brief description: The need for SRE in market conditions. The realities of the state policy of non-interference in economic processes. The impact of economic processes on

формалары. Құрылымдық саясат және экономикалық өсу факторларының дамуы. Құралдары: әкімшілік, несие-ақша және салық-бюджет құралдары, сондай-ақ экономиканың басым салаларын және өндірістік инфрақұрылымды дамытуға мемлекеттің араласуы. Өңірлік экономика және Өңірлік даму бағдарламалары. Мемлекеттің табиғат қорғау және сыртқы экономикалық қызметін реттеу. Оқыту нәтижелері: - Экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістерін меңгерді; - мемлекеттік саясат нысандарын жүзеге асыру механизмдерін түсінеді; Қалыптасатын құзыреттер: - ғаламдану жағдайында қазіргі әлемнің экономикалық мәселелеріне дербес баға бере алады; - ұлттық экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістері мен құралдарын талдай алады; - қазіргі экономикалық саясаттың әлеуметтік-экономикалық мәселелерін танып-біледі. - реттеу объектілері бойынша экономикалық құралдарды пайдаланудың ерекшеліктерін анықтай алады.	прогнозирование и программирование. Структурная политикаи развитие факторов экономического роста. Инструменты: административных, кредитно-денежных и налогово-бюджетных, а также вмешательству государства в развитие приоритетных отраслей экономики и производственной инфраструктуры. Региональная экономикаи программы регионального развития.Регулирование природоохранной и внешнеэкономической деятельности государства. Результаты обучения: - владеет методами государственного регулирования экономики; - понимает механизмы реализации объектов государственной политики; Формируемые компетенции: - можетсамостоятельно оценивать экономические проблемы современного мира в условиях глобализации; - анализировать методы и инструменты государственного регулирования национальной экономики; - знает социально-экономические проблемы современной экономической политики. - определять особенности использования экономических инструментов по объектам регулирования.	public economic policy. Forms of specific state intervention in the economy through planning, forecasting and programming. Structural policy and development of economic growth factors. Instruments: administrative, monetary and fiscal, as well as state intervention in the development of priority sectors of the economy and industrial infrastructure. Regional economy and regional development programs. Regulation of environmental and foreign economic activity of the state. Learning outcome: - owns the methods of state regulation of the economy; - understands the mechanisms of implementation of state policy objects; Formed competencies: - can independently assess the economic problems of the modern world in the context of globalization; - analyze methods and tools of state regulation of the national economy; - knows the socio-economic problems of modern economic policy. - to determine the features of the use of economic instruments for the objects of regulation.
---	--	--

Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Мемлекет және бизнес Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Мақсаты: мемлекет оның органдары және түрлі меншік формалары кәсіпкерлерін қамтитын экономикалық сектордың арасындағы туындайтын экономикалық, құқықтық, этикалық қатынастар туралы түсінік қалыптастыру. Қысқаша сипаттамасы: Мемлекеттің экономикалық рөлі. Мемлекет және аралас экономиканың қалыптасуы. Экономиканы мемлекеттік басқару жүйесі және бюрократизм. Экономиканы мемлекеттік басқарудың ұйымдастырушылық негіздері. Мемлекет нарықтық қатынастарды ынталандырудың субъектісі ретінде. Кәсіпкерлікті дамытудың экономикалық негіздері, оның түрлері. "Үкімет-Бизнес" қатынастарын реттеу, оның сапалы елдердегі тәжірибесі. Экономикалық өсу мәселелерін шешуде және азаматтық қоғамды қалпына келтіруде мемлекеттің рөлін қарастырады Оқыту нәтижелері: студенттер меншік түріне байланысты қоғамдық-экономикалық жүйенің моделін, меншік түрлерін және олардың түрлі мемлекеттердегі қарым-қатынасы мәселелері, мемлекет және	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Государство и бизнес Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Маркетинговые исследование Цель: формирование представления об экономических, правовых, этических отношениях, возникающих между государством, его органами и экономическим сектором, охватывающим предпринимателей различных форм собственности. Краткое описание: Изучает государство и становление смешанной экономики. Система государственного управления экономикой и бюрократизм. Организационные основы государственного управления экономикой. Государство как субъект стимулирования рыночных отношений. Экономические основы развития предпринимательства. Регулирование отношений «Правительство-Бизнес» и его опыт в различных странах. Роль государства в решении проблем экономического роста и в восстановлении гражданского общества. Результаты обучения: формирование у студентов представления о модели общественно-экономической системы, форм собственности и их отношениях в различных государствах, правовых аспектах взаимодействия государства и бизнеса. Формируемые компетенции: - выбор наиболее эффективных методов и средств решения задач по совершенствованию отношений бизнеса с	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: Government and business Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Marketing research Purpose: to form an idea of the economic, legal, ethical relations arising between the state, its bodies and the economic sector, covering entrepreneurs of different forms of ownership. Brief description: The economic role of the state. Creation of the state and mixed economy. The system of state management of the economy and bureaucracy. Organizational bases of state management of economy. The state as a subject that stimulates market relations. Economic bases of development of entrepreneurship and its types. Regulation of "government-business" relations and its experience in different countries. The role of the state in addressing issues of economic growth and the formation of civil society. The state of business development in various sectors of the economy. Legal aspects of relations between the state and business.
---	--	---

бизнесқатынасының құқықтық аспектісі жөнінде түсінік қалыптастыру. Қалыптасатын құзыреттер: - бизнестің мемлекетпен қарым-қатынасын жетілдіру бойынша міндеттерді шешудің неғұрлым тиімді әдістері мен құралдарын таңдау; - жүйелеу, модельдеу және факторлардың әсерін анықтау; - мемлекеттің бизнеспен өзара қарым-қатынасының тиімділігін бағалау.	государством; - систематизация, моделирование и определение влияния факторов; - оценка эффективности взаимоотношений государства с бизнесом.	Learning outcome: formation of students' ideas about the model of socio-economic system, forms of ownership and their relations in different countries, legal aspects of interaction between the state and business. Formed competencies: - selection of the most effective methods and means of solving problems to improve business relations with the state; - systematization, modeling and determination of the influence of factors; - evaluation of the effectiveness of relations between the state and business.
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Маркетингтік зерттеу Пререквизиттер: Маркетинг Постреквизиттер: Маркетингті басқару Мақсаты: нарықтарды, тауарларды, бәсекелестерді және тұтынушыларды маркетингтік зерттеу саласында теориялық білімді қалыптастыру, сондай-ақ маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру мен жүргізудің практикалық дағдыларын меңгеру. Қысқаша сипаттамасы: Маркетингтік зерттеулердің мәні, мазмұны және ұйымдастырылуы. Маркетингтік зерттеулердің негізгі бағыттары. Маркетингтік зерттеулердегі ақпарат. Маркетингтік	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Маркетинговые исследование Пререквизиты: Маркетинг Постреквизиты: Управление маркетингом Цель: формирование теоретических знаний в области маркетинговых исследований рынков, товаров, конкурентов и потребителей, а также освоение практических навыков организации и проведения маркетинговых исследований. Краткое описание: Рассматривает сущность, содержание и организация маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Планирование маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: Marketing research Prerequisites: Marketing Postrequisites: marketing Management Purpose: formation of theoretical knowledge in the field of marketing research of markets, products, competitors and consumers, as well as the development of practical skills in the organization and conduct of marketing research. Brief description: Examines the nature, content and organization of marketing research. The

зерттеулерді жоспарлау. Маркетингтік зерттеулер процесі. Маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және этикасы. Маркетингтік зерттеулерді жүргізудің жалпы әдістері. Бақылау әдістері. Үлгіні жоспарлау. Маркетингтегі сандық және сапалық зерттеулердің жіктелуі. Маркетингтегі фокус-топ әдісі. Эксперименттерді ұйымдастыру сұрақтарын қарастырады Оқыту нәтижелері: Маркетингтік зерттеу жүргізуді жоспарлай және ұйымдастыра алады; зерттеу процесіне қатысушылардың қызметін үйлестіре алады; әртүрлі нарықтарда өз бетінше маркетингтік зерттеулерді ұйымдастырады және жүргізе алады. Қалыптасатын құзыреттер: Кәсіби қызметте ғылыми, оның ішінде маркетингтік зерттеулер жүргізуге қабілетті	исследований. Организация и этика маркетинговых исследований. Общие методы проведения маркетинговых исследований. Методы наблюдения. Планирование выборки. Классификация количественных и качественных исследований в маркетинге. Метод фокус-группы в маркетинге. Организация экспериментов Результаты обучения: умеет планировать и организовывать проведение маркетингового исследования; координировать деятельность участников исследовательского процесса; организовывать и проводить самостоятельно маркетинговые исследования на различных рынках. Формируемые компетенции: способен проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности	main directions of marketing research. Information in marketing research. Marketing research planning. The process of marketing research. Organization and ethics of marketing research. General methods of marketing research. Method of observation. Sample planning. Classification of quantitative and qualitative research in marketing. Focus group method in marketing. Organization of experiments Learning outcomes: able to plan and organize marketing research; coordinate the activities of participants in the research process; organize and conduct their own marketing research in various markets. Formed competencies: able to conduct research, including marketing research in professional activities
Модуль коды: МК- 3 Модуль атауы: Мамандыққа кіріспе Пән атауы: Коммерциализация және бизнес-жоспарлау Пререквизит: Экономикалық теория Постреквизит: Интернет маркетинг Мақсаты: Бизнес-жоспарды әзірлеу дағдыларын меңгеру Қысқаша сипаттамасы: Келесі мәселелерді қарастырады: негізгі екпін бизнес-жоспарды әзірлеу әдістемесіне жасалған. Бұл	Код модуля: ВС -3 Название модуля: Введение в специальность Название дисциплины: Коммерциализация и бизнес-планирование Пререквизит: Экономическая теория Постреквизит: Интернет маркетинг Цель изучения: Овладение навыками разработки бизнес-плана Краткое описание: Изучает все аспекты плановой и коммерческой деятельности. деятельности хозяйствующих	Code of module: IC -3 Name of module: Introduction to the specialty Name of discipline: Commercialization and business planning Prerequisites: Economic theory Postrequisites: Internet marketing Purpose: Mastering the skills of developing a business plan Brief description: Examines all aspects of the planning and

дағдыларды игеру барлық экономикалық мамандықтардың студенттері үшін қажет. Болашақ маркетинггерлер үшін бұл ең өзекті, өйткені олар нарықтық зерттеулерден туындайтын кәсіпорынның қаржылық стратегиясын әзірлеу дағдыларын игеруі тиіс. Оқыту нәтижелері: - қол жеткізілген нәтижелерді бағалау, өндіріс тиімділігін арттыру резервтерін анықтау; - бизнес-жоспар құру және онда кәсіпорынның сыртқы және ішкі даму факторларын байланыстыру; - алған білімдерін практикалық қызметте тиімді пайдалану. Қалыптасатын құзыреттер: бизнес-жоспарды және оның тұсаукесерін дұрыс құрастыру, оны өзгерту мүмкіндіктерін түсіну. серіктестер мен капиталды тарту мақсатында диалогқа кіре білу.	субъектов. Формирование модели коммерциализации. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы. Организация планирования бизнеса. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом. Аналитические разделы типового бизнес-плана. Ключевые разделы типового бизнес-плана. Основные элементы бизнес-планирования.. Результаты обучения: - оценивать достигнутые результаты, выявлять резервы повышения эффективности производства; - составлять бизнес-план и увязывать в нем внешние и внутренние факторы развития предприятия; - эффективно использовать полученные знания в практической деятельности. Формируемые компетенции: правильное составление бизнес-плана и его презентации, понимание возможностей его преобразования. умение вступать в диалог с целью привлечения партнеров и капитала.	commercial activities. activities of economic entities. The formation of the model of commercialization. Business plan as a basis for the implementation of entrepreneurial ideas. Business planning as an element of economic policy of the company. Organization of business planning. Place and role of the business plan in business management. Analytical sections of a typical business plan. Key sections of a typical business plan. Basic elements of business planning.. Learning outcomes: - to evaluate the achieved results, identify reserves to improve production efficiency; - make a business plan and link it to internal and external factors of development of the enterprise; - effectively use the knowledge gained in practice. Formed competencies: proper preparation of the business plan and its presentation, understanding the possibilities of its transformation. ability to enter into a dialogue in order to attract partners and capital.
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Логистика Пререквизиті: Маркетинг Постреквизиті: Маркетингті	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Логистика Пререквизит: Маркетинг	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Logistics

басқару Мақсаты: тауарды өндіру, бөлу және айлалымы саласындағы материалдық және ақпараттық ағымдарды ұйымдастыру, жоспарлау және басқару облысында маманды құру. Қысқаша сипаттамасы: Маркетингтік логистиканың теориялық негіздері. Логистиканың экономикалық мәні, рөлі және функциялары. Шет елдердегі маркетингтік логистиканың эволюциясы. ҚР Көлік және тасымалдаудың негізгі түрлері. Көлік логистикасындағы басқару. Өндірістік логистика. Шетелдік логистикалық тәжірибе. Логистиканы ұйымдастырудың перспективті формалары мен әдістері. Логистикалық менеджмент. Қазақстандағы маркетингтік логистиканы мемлекеттік реттеу мәселелерін қарастырады Оқыту нәтижелері: - материалдық және ақпараттық ағымдарды құрудың реттігін білу; - нарықтық қатынастардың пайда болатын және дамитын шарттарда материалдық және ақпараттық ағымдарды басқару, жоспарлау және реттеудің негізгі әдістерін білу; Қалыптасатын құзыреттер: логистикалық қызметтің элементі ретінде логистикалық ақпарат пен тауарлар мен қызметтерді жылжыту тәртібін немесе маркетингтік ортаны және салалар бойынша құрамын біледі	Постреквизит: Управление маркетингом Цель: создание специалиста в области организации, планирования и управления материальными и информационными потоками в области производства, распределения и манипулирования товарами. Краткое описание: Изучает теоретические основы маркетинговой логистики. Экономическая сущность, роль и функции логистики. Эволюция маркетинговой логистики в зарубежных странах. Основные виды транспорта и транспортировки в РК. Управление в транспортной логистике. Производственная логистика. Зарубежный логистический опыт. Перспективные формы и методы организации логистики. Логистический менеджмент. Государственное регулирование маркетинговой логистики в Казахстане. Результаты обучения: - знать последовательность построения материальных и информационных потоков; - знать основные методы управления, планирования и регулирования материальных и информационных потоков в условиях возникновения и развития рыночных отношений. Формируемые компетенции: знает логистическую информацию и порядок продвижения товаров и услуг или маркетинговую среду и состав по отраслям как элемент логистической деятельности.	Prerequisites: Marketing Post-requisites: Marketing management Purpose: to create a specialist in the field of organization, planning and management of material and information flows in the field of production, distribution and manipulation of goods. Brief description: He studies theoretical bases of marketing logistics. Economic essence, role and functions of logistics. Evolution of marketing logistics in foreign countries. The main modes of transport and transportation in Kazakhstan. Management in transport logistics. Production logistics. Foreign logistics experience. Promising forms and methods of logistics. Logistics management. State regulation of marketing logistics in Kazakhstan. Learning outcomes: - know the sequence of construction of material and information flows; - to know the basic methods of management, planning and regulation of material and information flows in the conditions of emergence and development of market relations. Formed competencies: knows the logistics information and the
--	---	--

		order of promotion of goods and services or the marketing environment and composition by industry as an element of logistics activities
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Қызмет сферасы мен салалар бойынша маркетинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Маркетингті басқару Мақсаты: студенттердің теориялық білімдері мен практикалық дағдыларының жүйесін қалыптастыру және әр түрлі салаларда және қызмет салаларында маркетингті ұйымдастырудың ерекшеліктерін анықтау. Қысқаша сипаттамасы: Агроөнеркәсіптік кешендегі Маркетинг. Қызмет көрсету саласындағы Маркетинг. Білім беру қызметі маркетингінің мәні, мәселелері, мүмкіндіктері. Сыртқы экономикалық қызметтегі Маркетинг: мәні, мақсаттары, ерекшеліктері, құрылымы және мазмұны. Сақтандыру қызметіндегі маркетингтің ерекшеліктері. Көтерме және бөлшек саудадағы маркетинг ерекшеліктері. Туристік бизнестегі Маркетинг. Банк қызметінің түрлі салаларындағы маркетингтің ерекшеліктерін зерделейді Оқыту нәтижелері: Білуі тиіс: әр түрлі салалардағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін және нарықтың мақсатты сегменттерін талдау, бағалау және таңдау әдістемесін;	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Маркетинг в отраслях и в сферах деятельности Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Управление маркетингом Цель изучения: формирование системы теоретических знаний и практических навыков студентов по курсу и выявление особенностей организации маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности Краткое описание: Изучает маркетинг в агропромышленном комплексе. Маркетинг в сфере услуг. Сущность, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание. Особенности маркетинга в страховой деятельности. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле. Маркетинг в туристическом бизнесе. Особенности маркетинга в различных сферах банковской деятельности. Результаты обучения: должен знать: особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях и методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; особенности комплекса маркетинга при работе на	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Marketing in industries and fields of activity Prerequisites: Marketing Postrequisites: Marketing management Purpose: the formation of a system of theoretical knowledge and practical skills of students in the course and identify the features of the organization of marketing in various industries and fields of activity Brief description: Studying marketing in the agricultural sector. Marketing in the service sector. Essence, problems, opportunities of marketing of educational services. Marketing in foreign economic activity: essence, goals, features, structure and content. Features of marketing in insurance activities. Features of marketing in wholesale and retail trade. Marketing in the tourism business. Features of marketing in various fields of banking. Learning outcomes: should know: features of marketing activities

нарықты сегменттеу және тауарды позициялау әдістерін; әр түрлі нарықтарда жұмыс істеу кезіндегі маркетинг кешенінің ерекшеліктерін. Студент істей алуы тиіс: фирма өз қызметін жүзеге асыратын әр түрлі нарықтарда маркетингтік зерттеулер жүргізу; фирманың өнімдерін нарыққа тиімді жылжыту; әр түрлі нарықтарда және әр түрлі қызмет салаларында маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін анықтау. Қалыптасатын құзыреттер: маркетингтік кәсіби қызметті ұйымдастыру және басқару үшін қажетті ақпаратты жинауды, сақтауды, өңдеуді және бағалауды жүзеге асыруға қабілетті.	различных рынках. Студент должен уметь: проводить маркетинговые исследования на различных рынках, на которых осуществляет свою деятельность фирма; эффективно продвигать на рынок продукцию фирмы; выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках и в различных сферах деятельности. Формируемые компетенции: способен осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой профессиональной деятельностью.	in various industries and methods of analysis, evaluation and selection of target market segments; methods of market segmentation and product positioning; features of the marketing mix when working in different markets. The student should be able to: conduct market research in various markets in which the company operates; effectively promote the company's products to the market; identify features of marketing activities in various markets and in various fields of activity. Formed competencies: it is able to collect, store, process and evaluate information necessary for the organization and management of marketing professional activities.
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Жарнама және маркетинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Мақсаты: тұтынушылардың санасында тауарлардың жағымды имиджі мен тұтыну әдеттерін қалыптастырудағы қонақ үйлер мен жарнама тәжірибесін, оның мәні мен мәнін білу. Қысқаша сипаттамасы: Фирманың маркетингтік қызметіндегі жарнаманың рөлі мен маңызы.	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Реклама и маркетинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Цель изучения: приобретение студентами знания теорий и практике рекламы, ее значений и сущности в формировании потребительских привычек и положительного имиджа товаров в сознании потребителей. Краткое описание: Рассматривает роль и значение рекламы в маркетинговой деятельности фирмы.	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Advertising and marketing Prerequisites: Marketing Post-equisites: Internet marketing Purpose: the acquisition of students' knowledge of the Fatherland and practice of advertising, its meanings and essence in the formation of consumer habits and a

Маркетингтік орта, маркетингі басқару. Жарнама процесінің мәні. Жарнамалық айналым және оның құрамдастары. Жарнамалық құралдар және олардың жіктелуі. Жарнамалық қызметті зерттеу. Маркетингі жоспарлау және бақылау. Жарнаманы жоспарлау және бюджетті құру. Маркетингтегі жарнаманың тиімділігін бағалау сұрақтарын қарастырады Оқыту нәтижелері: - маркетинг және жарнама түсінігі туралы түсінікке ие болу; - жарнаманың негізгі терминдері мен ұғымдарын білу және жарнаманың тиімділігін бағалау. Қалыптасатын құзыреттіліктер: маркетингі жоспарлауға, жарнама жасауға, жарнамалық компанияларды ұйымдастыруға қабілетті;	Маркетинговая среда, управление маркетингом. Сущность рекламного процесса. Рекламное обращение и ее составляющие. Рекламные средства и их классификация. Исследование рекламной деятельности. Планирование и контроль маркетинга. Планирование рекламы и составление бюджета. Оценка эффективности рекламы в маркетинге. Результаты обучения: - иметь представление о понятии маркетинга и рекламы; - знать основные термины и понятия рекламы и оценка эффективности рекламы. Формируемые компетенции: способен планировать маркетинг, разработать рекламу, организовывать рекламные компании	positive image of goods in the minds of consumers. Brief description: Examines the role and importance of advertising in the marketing activities of the company. Marketing environment, marketing management. The essence of the advertising process. Advertising appeal and its components. Advertising means and their classification. Research of advertising activity. Marketing planning and control. Advertising planning and budgeting. Evaluation of advertising effectiveness in marketing. Learning outcome: - have an idea of the concept of marketing and advertising; - know the basic terms and concepts of advertising and evaluation of advertising effectiveness. Formed competencies: able to plan marketing to develop the advertising, arrange the advertising company
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Мерчиндайзинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Мақсаты: студенттердің мерчендайзингті тиімді сату технологиясы ретінде	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Мерчиндайзинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Цель: изучение студентами мерчендайзинга как технологии	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Merchandising Prerequisites: Marketing Postrequisites: Internet marketing

зерттеу, өнімді ұсыну және оны жүзеге асыру процесін басқару тұжырымдамасының тарихи дамуын, мерчедайзингтің анықтамасы, мақсаттары мен міндеттерін, оның функциялары мен принциптерін, өндіруші мен сатушының ерекшеліктерін, сауда кеңістігіндегі сатып алушылардың мінез-құлқының ерекшелігін және оған әсер ететін факторларды, сауда кеңістігін ұйымдастыру әдістемесін қарастыра отырып. Қысқаша сипаттамасы: Мерчиндайзингтің анықтамасы, мақсаттары, міндеттері және принциптері. Мерчиндайзингтің тарихы және қазіргі дамуы. Сатып алушылардың мінез-құлқының ерекшеліктері. Дүкенді жоспарлауға мерчиндайзингтік тәсіл. Сауда жабдықтарын тиімді орналастыру. Газ ішіндегі Ақпарат және мерчиндайзинг құралдары ретінде сэмплинг сұрақтарын қарастырады Оқыту нәтижелері: нақты кәсіпорында мерчендайзингтік қызметті ұйымдастыру және басқару іскерліктері мен дағдыларын меңгерген (көрсете алады) немесе сауда кәсіпорнының жоспарын және оның жұмыс істеу тетігін көрсететін Дербес жобаны құру. Қалыптасатын құзыреттер: ұйымның және фирманың нарықтағы беделін және бәсекелестік ұстанымын арттыру мақсатында нарықтық бақылауды, сауалнаманы, сауалнаманы, экспериментті ұйымдастыруға және	эффективных продаж, рассматривая историческое развитие концепции управления процессом представления продукции и ее реализации, определение, цели и задачи мерчедайзинга, его функции и принципы, особенности производителя и продавца, специфику поведения покупателей в торговом пространстве и факторы, влияющие на него, методология организации торгового пространства. Краткое описание: Рассматривает определение, цели, задачи и принципы мерчиндайзинга. История и современное развитие мерчиндайзинга. Особенности поведения покупателей. Мерчиндайзинговый подход к планировке магазина. Эффективное размещение торгового оборудования. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчиндайзинга. Результаты обучения: владеет (быть в состоянии продемонстрировать) умениями и навыками организации и управления мерчендайзинговой деятельностью на конкретном предприятии либо создание самостоятельного проекта, отображающего план торгового предприятия и механизм его функционирования. Формируемые компетенции: способен организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных	Purpose: the study of merchandising students as a technology of effective sales, considering the historical development of the concept of management of the process of presentation of products and its implementation, the definition, goals and objectives of merchandising, its functions and principles, features of the manufacturer and the seller, the specifics of the behavior of buyers in the retail space and the factors affecting it, the methodology of the organization of retail space. Brief description: Considers the definition, goals, objectives and principles of merchandising. History and modern development of merchandising. Features of behavior of buyers. Merchandising approach to store layout. Effective placement of commercial equipment. In-store information and sampling as merchandising tools. Learning outcomes: owns (be able to demonstrate) the skills of organization and management of merchandising activities in a particular enterprise or the creation of an
--	--	--

жүргізуге; алынған деректерді жинауды, өңдеуді және талдауды жүзеге асыруға қабілетті		independent project that displays the plan of the trading enterprise and the mechanism of its functioning. Formed competencies: able to organize and conduct market surveillance, surveys, questionnaires, experiments to improve the image and competitive position of the organization and the company in the market; to collect, process and analyze the data
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Инновациялық менеджмент Пререквизиті: Менеджмент Постреквизиті: Халықаралық жарнама, Стратегиялық маркетинг Мақсаты: макро және микродеңгейде теориялық және практикалық тәжірибені және инновациядағы басқарудың қызметі мен әдістерін ғылыми тұрғыда білу, жан-жақтылау. Қысқаша сипаттамасы: Инноватика теориясының қалыптасуы және оның қазіргі концепциялары. Компанияның инновациялық қызметін басқару негіздері. Инновациялық үдерісті ұйымдастырудың әдістері мен формалары. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің деңгейін анықтау. Инновациялық жобаларды басқару және жобалардың тиімділік деңгейін бағалау. Өнімнің өмірлік циклінің әр түрлі кезеңдерінде инновацияны құру мен игеруді басқару әдістері. Инновациялық стратегиялар.	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям»: Название дисциплины: Инновационный менеджмент Пререквизит: Менеджмент Постреквизит: Международная реклама, Стратегический маркетинг Цель: научить, разносторонне знать теоретический и практический опыт на макро-и микроуровне, функции и методы управления в инновациях. Краткое описание: Описывает становление теории инноватики и ее современные концепции. Основы управления инновационной деятельности компании. Методы и формы организации инновационного процесса. Определение уровня инновационного потенциала предприятия. Управление инновационными проектами и оценка уровня эффективности проектов. Методы управления созданием и освоением инновации на различных этапах жизненного цикла продукции. Инновационные стратегии. Результаты инновационной деятельности. Результаты обучения: уметь анализировать, оценивать	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions»: Name of discipline: Innovation management Prerequisites: Management Postrequisites: International advertising, Strategic marketing Purpose: to teach, versatile to know the theoretical and practical experience at the macro-and micro-level, functions and methods of management in innovation. Brief description: Describes the formation of the theory of innovation and its modern concepts. Fundamentals of management of innovative activity of the company. Methods and forms of organization of the innovation process. Determination of the

Инновациялық қызметтің нәтижелері. Зияткерлік меншік түсініктерін сипаттайды Оқыту нәтижелері: фирманың жай-күйін және оның көрсеткіштерін (табиғи, еңбек, қаржылық) талдай білу, бағалау; сұранысқа сәйкес тауардың немесе қызметтердің артықшылықтарын құру қабілетін бағалай білу; фирманың дамуының неғұрлым тиімді аймақтарын камтамасыз ету мүмкіндігін талдау. Қалыптасатын құзыреттіліктер: экономикалық және ұйымдастырушылық сипаттағы инновациялық шешімдерді әзірлеу әдістерін зерттеу және игеру, практикалық міндеттерді шешу.	состояние фирмы и ее показателей (природных, трудовых, финансовых); уметь оценивать способность создания преимущества товара или услуг в соответствии со спросом; анализа возможности обеспечения наиболее эффективных зон развития фирмы; Формируемые компетенции: Изучение и освоение методов разработки инновационных решений экономического и организационного характера, решение практических задач.	level of innovative potential of the enterprise. Management of innovative projects and evaluation of the level of project effectiveness. Methods of management of creation and development of innovation at different stages of the product life cycle. Innovation strategy. The results of innovation Learning outcomes: to be able to analyze, assess the state of the company and its indicators (natural, labor, financial); to be able to assess the ability to create advantages of goods or services in accordance with demand; analysis of the possibility of providing the most effective areas of development of the company; Formed competencies: the Study and development of methods of development of innovative solutions of economic and organizational nature, the solution of practical problems.
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Антикризистік менеджмент Пререквизиті : Менеджмент Постреквизиті: Халықаралық жарнама, Стратегиялық маркетинг Мақсаты: Экономиканың нақты секторында экономикалық әдістерді	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям»: Название дисциплины: Антикризисный менеджмент Пререквизит: Менеджмент Постреквизит: Международная реклама, Стратегический маркетинг Цель: овладение расчетно-аналитическими навыками	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions»: Name of discipline: ANTI-Crisis management Prerequisites: Management Postrequisites: International

пайдаланудың есептеу-талдау дағдыларға иелену және қажетті кәсіби білімдерінің қалыптасуы. Қысқаша сипаттамасы: Дағдарыстардың пайда болу себептері және олардың қоғамның әлеуметтік-экономикалық дамуындағы рөлі. Дағдарыс типологиясы. Экономикалық дағдарыстардың ерекшеліктері мен түрлері. Дағдарыс белгілері: тану және жеңу. Цикл фазалары және олардың көрінісі. Дағдарысқа қарсы басқарудың қажеттілігі мен қажеттілігі. Дағдарысқа қарсы басқарудың негізгі белгілері мен тетіктері. Мемлекеттік басқару жүйесіндегі дағдарысты жағдайларды мемлекеттік реттеу және дағдарысты сипаттайды. Оқыту нәтижелері: фирманың қаржы-шаруашылық қызметін реттейтін нормативтік-құқықтық базаны; кәсіпорын қызметін жоспарлау әдістерін; кәсіпорын қызметін бағалау әдістерін; кәсіпорын қызметін жоспарлау саласындағы озық отандық және шетелдік кәсіпорындар тәжірибелерін білу. Қалыптасатын құзыреттер: Дағдарыстық процестердің негізгі белгілерін анықтау, талдау және дағдарысқа қарсы басқарудың негізгі әдістерін меңгеру	использования экономических методов в реальном секторе экономики и формирование необходимых профессиональных знаний. Краткое описание: Описывает причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии общества. Типология кризисов. Особенности и разновидности экономических кризисов. Признаки кризиса: распознавание и преодоление. Фазы цикла и их проявление. Потребность и необходимость в антикризисном управлении. Основные черты и механизмы антикризисного управления. Государственное регулирование кризисных ситуаций и кризисы в системе государственного управления. Результаты обучения: знание нормативно-правовой базы, регулирующей финансово-хозяйственную деятельность фирмы; методов планирования деятельности предприятия; методов оценки деятельности предприятия; передового опыта отечественных и зарубежных предприятий в области планирования деятельности предприятия. Формируемые компетенции: Выявление, анализ основных признаков кризисных процессов и освоение основных методов антикризисного управления	advertising, Strategic marketing Purpose: mastering the calculation and analytical skills of using economic methods in the real sector of the economy and the formation of the necessary professional knowledge. Brief description: Describes the causes of crises and their role in the socio-economic development of society. Typology of crises. Features and varieties of economic crises. Signs of crisis: recognition and overcoming. Phase of the cycle and their expression. The need and necessity for crisis management. The main features and mechanisms of crisis management. State regulation of crisis situations and crises in the system of public administration. Learning outcome: knowledge of the regulatory framework governing the financial and economic activities of the company; methods of planning the activities of the enterprise; methods of assessing the activities of the enterprise; best practices of domestic and foreign enterprises in the planning of the enterprise. Formed competencies: Identification, analysis of the main features of
---	---	---

		crisis processes and development of the main methods of crisis management
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Брендінг Пререквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Постреквизиттер: Интернет маркетинг Мақсаты: Қысқаша сипаттамасы: Оқыту нәтижелері: Қалыптасатын құзыреттер: Мақсаты: студенттердің теориялық және брендінгтің практикалық негіздері. Курс маркетингтік, семитикалық сияқты брендті талдау дағдыларын меңгеруге бағытталған. және коммуникативтік санаты мен брендінг брендті құру және басқару процесі ретінде Қысқаша сипаттама: келесі аспектілерді қарастырады: бренд – анықтамалар мен мәндер. Бренд-билдинг-бренд әзірлеу. Адамдар мен брендтер-орындаушылармен және тұтынушылармен танысу. Brand-development (бренд дамыту). Брендті зерттеу. Бренд коммуникациясын Стратегиялық жоспарлау. Тиімді бренд-коммуникацияны жоспарлау. Брендті қалыптастыру бойынша компанияны бақылау және оның тиімділігін бағалау. Оқыту нәтижелері: міндетті маркетингтік, семиотикалық және коммуникативтік бағытталу-дамыту; брендінгтің психологиялық заңдары бойынша адалдық бренді;	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Брендінг Пререквизиты: Маркетинговые исследование Постреквизиты: Интернет маркетинг Цель: освоение студентами теоретических и практических основ брендінг. Курс ориентирован на овладение навыками анализа бренда как маркетинговой, семитической и коммуникативной категории и брендінг как процесса создания и управления брендом Краткое описание: Рассматривает следующие аспекты: бренд – определения и сущности. Бренд-билдинг - разработка бренда. Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями. Brand-development (Развитие бренда). Исследования бренда. Стратегическое планирование коммуникаций бренда. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности. Результаты обучения: владеть обязательным минимумом знаний в области брендінг; ориентироваться в маркетинговых, семиотических и коммуникативно-психологических законах брендінг; развивать умения по анализу формирования лояльности бренду; овладеть навыками сегментирования и позиционирования	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Branding Prerequisites: Marketing research Postrequisites: Internet marketing Purpose: the development of theoretical and practical basics of branding. The course is focused on mastering the skills of brand analysis as marketing, Semitic and communicative category and branding as a process of brand creation and management Brief description: Examines the following aspects: brand definitions and entities. Brand building - brand development. People and brands - getting to know the performers and consumers. Brand-development (brand Development). Brand research. Strategic planning of brand communications. Planning of effective brand communications. Control of the company on brand formation and evaluation of its effectiveness. Learning outcomes: own mandatory minimum knowledge in the field of branding;

дағдыларын меңгеру сегменттеу және позициялау бренд Қалыптасатын құзыреттер: маркетингтік зерттеулерді әзірлеуге қатысу стратегия ұйымдар, жоспарлау іс-шараларды жүзеге асыруға оны іске асыруға	бренда Формируемые компетенции: Способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию	navigate in marketing, semiotic and communicative- psychological laws of branding; develop skills in the analysis of formation loyalty to the brand; master the skills segmentation and positioning brand's Formed competences: Ability participate in the development of marketing the strategy of the organizations, plan and to carry out activities aimed at for its implementation
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Операциялық маркетинг Пререквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Постреквизиттер: Интернет маркетинг Мақсаты: студенттердің операциялық маркетинг теориясын меңгеру, сонымен қатар фирманың қызметінде маркетингтің тактикалық құралдарын пайдаланудың тәжірибелік дағдыларын алу. Қысқаша сипаттамасы: жедел маркетинг негіздерін оқытады. Жедел маркетинг инфрақұрылымы. Жеке тұтынушылармен өзара іс- қимыл. Интернеттегі тауар саясаты және қызметтер нарығы. Жедел маркетингтің баға саясаты. Жарнама, жедел маркетингте өткізуді және жұртшылықпен байланысты ынталандыру Оқыту нәтижелері: білуге:	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Оперативный маркетинг Пререквизиты: Маркетинговые исследование Постреквизиты: Интернет маркетинг Цель: освоение студентами теории операционного маркетинга, а так же получение практических навыков использования тактических инструментов маркетинга в деятельности фирмы. Краткое описание: Изучает основы оперативного маркетинга. Инфраструктура оперативного маркетинга. Взаимодействие с индивидуальными потребителями. Товарная политика и рынок услуг в интернете. Ценовая политика оперативного маркетинга. Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в оперативном маркетинге Результаты обучения: знать:	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Operational marketing Prerequisites: Marketing research Postrequisites: Internet marketing Purpose: the development of the theory of operational marketing, as well as practical skills in the use of tactical marketing tools in the activities of the company. Brief description: Studies the basics of operational marketing. Operational marketing infrastructure. Interaction with individual consumers. Commodity policy and the market of services on the Internet. Price policy of operational

- операциялық маркетинг түсінігі, оның кәсіпорынды басқарудағы орны мен рөлі - операциялық маркетингтің негізгі құралдары: позициялау, брендтеу, маркетинг кешені, яғни бағаның, тауардың рөлі, өткізуді ұйымдастыру, сатудың мақсатты көлеміне қол жеткізуде алға жылжыту. Қалыптасатын құзыреттер: ұйымның (кәсіпорынның) бизнес-ортасын, оның шаруашылық қызметінің тиімділігін талдау мен бағалауға әзірлігі, стратегияны әзірлеуге, оның іске асырылуын бақылауға және кәсіби қызметтің аудиті (коммерциялық, немесе маркетингтік, немесе жарнамалық, немесе логистикалық, немесе тауартану) арқылы тиімділікті бағалауға қабілетті.)	- понятие операционного маркетинга, его место и роль в управлении предприятием - основные инструменты операционного маркетинга: позиционирование, брендинг, комплекс маркетинга, т.е. роль цены, товара, организации сбыта, продвижении в достижении целевого объема продаж. Формируемые компетенции: готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способен к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	marketing. Advertising, sales promotion and public relations in operational marketing Learning outcome: know: - the concept of operational marketing, its place and role in enterprise management - the main tools of operational marketing: positioning, branding, marketing mix, i.e. the role of price, product, sales organization, promotion in achieving the target sales volume. Formed competence: readiness to analyze and evaluate the business environment of the organization (enterprise), the effectiveness of its economic activities, is able to develop a strategy, monitor its implementation and evaluate the effectiveness of the audit of professional activities (commercial, or marketing, or advertising, or logistics, or merchandising)
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Сатылымдарды басқару Пререквизиті: Маркетинг Постреквизиті: Интернет маркетинг Мақсаты: сатуларды басқару негіздерін меңгеруде, тауарлар мен қызметтерді нарықта жылжытуда студенттердің теориялық және практикалық дайындығын қамтамасыз ету.	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Управление продажами Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Цель: обеспечение теоретической и практической подготовки студентов в усвоении основ управления продажами, продвижении товаров и услуг на рынке. Краткое описание:	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: sales Management Prerequisites: Marketing Postrequisites: Internet marketing Purpose: to provide theoretical and practical training of students in mastering the basics of

Қысқаша сипаттамасы: сатуды басқарудың психологиялық аспектілерін қарастырады. Сатуларды басқару барысындағы бейвербальді арналардың рөлі. Белсенді сату техникасы. Қазіргі жағдайда сатуды ұйымдастыру. Клиенттің қажеттілігін талдау. Сауда агентінің жұмысы. Сату нәтижелерін жақсарту. Клиенттердің адалдығын қалыптастырудағы сатушының рөлі. Оқыту нәтижелері: білуі тиіс: - тауарлар мен қызметтерді басқару және ұйымдастыру теориясы; - өнімді сақтау мен өткізуді ұйымдастыру және технологиясы; - қызмет көрсету нарығында тауарларды жылжыту жоспарын құру және өткізу жоспарын құру. Қалыптасатын құзыреттіліктер: фирманың коммерциялық қызметін ұйымдастырудың теориясы мен практикасын меңгеру, бизнесті басқарудың негізгі дағдыларын қалыптастыруда коммерцияны ұйымдастырудың мәні мен маңызы, сонымен қатар фирманың қызметінде ұйымдастыру элементтері мен принциптерін қолдану.	Рассматривает психологические аспекты управления продажами. Роль невербальных каналов в процессе управления продажами. Техники активных продаж. Организация продаж в современных условиях. Анализ потребностей клиента. Работа торгового агента. Улучшение результатов продаж. Роль продавца в формировании лояльности клиентов. Результаты обучения: должен знать: - теорию управления и организации товаров и услуг; - технологию и организации хранения и сбыта продукции; уметь составлять план продвижения товаров на рынке услуг и составлять план сбыта. Формируемые компетенции: Овладение теории и практики организации коммерческой деятельности фирмы, значение и сущность организации коммерции в формировании основных навыков управления бизнесом, а также применение элементов и принципов организации в деятельности фирмы.	sales management, promotion of goods and services in the market. Brief description: Examines the psychological aspects of sales management. The role of nonverbal channels in the sales management process. Active sales techniques. Organization of sales in modern conditions. Customer needs analysis. The work of a sales agent. Improved sales results. The role of the seller in the formation of customer loyalty. Learning outcome: need to know: - theory of management and organization of goods and services; -technology and organization of storage and marketing of products; be able to make a plan for the promotion of goods in the market of services and make a sales plan. Formed competence: Mastering the theory and practice of the organization of commercial activity of the company, the importance and essence of the organization of Commerce in the formation of basic business management skills, as well as the use of elements and principles of the organization in the activities of the company.
Модуль коды: МЗБ- 7	Код модуля: МИУ- 7	Code of module:

Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Қызмет маркетингі Пререквизиті: Маркетинг Постреквизиті: Интернет маркетинг Мақсаты: қызмет маркетингінің негізгі түсініктері мен көрсеткіштерін оқыту. Қысқаша сипаттамасы: Қызмет көрсету саласындағы Маркетинг. Білім беру қызметі маркетингінің мәні, мәселелері, мүмкіндіктері. Сыртқы экономикалық қызметтегі Маркетинг: мәні, мақсаттары, ерекшеліктері, құрылымы және мазмұны. Сақтандыру қызметіндегі маркетингтің ерекшеліктері. Көтерме және бөлшек саудадағы маркетинг ерекшеліктері. Туристік бизнестегі Маркетинг мәселелерін зерделейді Оқыту нәтижелері: білуі тиіс: әр түрлі салалардағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін және нарықтың мақсатты сегменттерін талдау, бағалау және таңдау әдістемесін; нарықты сегменттеу және тауарды позициялау әдістерін; әр түрлі нарықтарда жұмыс істеу кезіндегі маркетинг кешенінің ерекшеліктерін. Қалыптасатын құзыреттіліктер: маркетингтің әдістерін, тәсілдерін және қызметтерін біледі, оларды тәжірибеде қолдануды түсінеді.	Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Маркетинг услуг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Интернет маркетинг Цель изучения: изучение основных понятий и показателей в маркетинге услуг. Краткое описание: Маркетинг в сфере услуг. Сущность, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание. Особенности маркетинга в страховой деятельности. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле. Маркетинг в туристическом бизнесе. Результаты обучения: должен знать: особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях и методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; методы сегментации рынка и позиционирования товара; особенности комплекса маркетинга при работе на различных рынках. Формируемые компетенции: знает методы, способы и службы маркетинга, применение их на практике понимает.	MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline:marketing services Prerequisites: Marketing Postrequisites: Internet marketing Purpose: the study of the basic concepts and indicators in the marketing of services. Brief description: Marketing in the service sector. Essence, problems, opportunities of marketing of educational services. Marketing in foreign economic activity: essence, goals, features, structure and content. Features of marketing in insurance activities. Features of marketing in wholesale and retail trade. Marketing in the tourism business. Learning outcome: must know: features of marketing activities in various industries and methods of analysis, evaluation and selection of target market segments; methods of market segmentation and product positioning; features of the marketing mix when working in different markets. Formed competence: knows the methods, methods and services of marketing, their application in practice understands.
---	---	--

Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Халықаралық жарнама Пререквизиттер: Маркетинг Постреквизиттер: Халықаралық маркетинг, Коммуникация маркетингі Максаты: студенттердің теориялық принциптерді, элементтерді, халықаралық маркетингті жүзеге асыру тәсілдерін оқып білу және оларды белгілі шетелдік және отандық фирмалардың мысалында қолданудың практикалық дағдыларын меңгеру. Қысқаша сипаттамасы: Әлемдік және Қазақстандық жарнама нарығының жағдайы. Қарқынды дамып келе жатқан жарнама нарығы. Халықаралық жарнама агенттіктері. Брендинг. Халықаралық брендинг мәселелері. Халықаралық маркетингтік коммуникациялар. Халықаралық Маркетингтік коммуникациялардың жаңа құралдары. Мәдениет және халықаралық жарнама. Жарнама қызметінің құқықтық аспектілерін қарастырады Оқыту нәтижелері: жарнама нәтижелерін ұйымдастыру, жоспарлау және бағалау, PR, сатуды ынталандыру дағдыларын қолдану, тікелей маркетинг, дербес сату. Қалыптасатын құзыреттер: әр түрлі нарықтарда экономикалық агенттердің мінез-құлық стратегиясын әзірлеуге қабілетті	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Международная реклама Пререквизиты: Маркетинг Постреквизиты: Международный маркетинг, Маркетинг коммуникаций Цель: изучение студентами теоретических принципов, элементов, приемов реализации международного маркетинга и овладение практическими навыками их применения на примерах деятельности известных зарубежных и отечественных фирм. Краткое описание: Рассматривает состояние мирового и казахстанского рекламного рынка. Динамично развивающиеся рекламные рынки. Международные рекламные агентства. Брендинг. Проблемы международного брендинга. Международные маркетинговые коммуникации. Новые средства международных маркетинговых коммуникаций. Культура и международная реклама. Правовые аспекты рекламной деятельности. Результаты обучения: применять навыки организации, планирования и оценки результатов рекламы, PR, стимулирования продаж, прямого маркетинга, персональных продаж. Формируемые компетенции: способен разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: International advertising Prerequisites: Marketing Postrequisites: International marketing, communications Purpose: students study the theoretical principles, elements, methods of implementation of international marketing and mastering the practical skills of their application on the examples of well-known foreign and domestic firms. Brief description: Examines the state of the world and Kazakhstan advertising market. Dynamically developing advertising markets. International advertising agencies. Branding. Problems of international branding. International marketing communications. New means of international marketing communications. Culture and international advertising. Legal aspects of advertising. Learning outcomes: apply skills of organization, planning and evaluation of advertising results, PR, sales promotion, direct marketing, personal sales.
---	---	--

		Formed competencies: able to develop strategies for the behavior of economic agents in various markets
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Стратегиялық маркетинг Пререквизиттер: Маркетинг Постреквизиттер: Халықаралық маркетинг, Коммуникация маркетингі Мақсаты: стратегиялық маркетинг және кәсіпорынды жоспарлау рөлі туралы білім беру Қысқаша сипаттамасы: Стратегиялық маркетинг үрдісінің құрылымы мен деңгейлері. Фирманың мақсаты, мақсаты және негізгі міндеттері. Корпоративтік стратегияны анықтайтын факторлар мен мазмұны. Жалғыз бизнес стратегиясы. Стратегияны іске асыру құралдары. Маркетингте стратегиялық бақылауды ұйымдастыру. Кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтары. Маркетингтегі стратегиялық және жедел жоспарлау. Маркетингі бақылау, бағалау және аудит сұрақтарын зерделейді Оқыту нәтижелері: маркетингі жоспарлаудың отандық және әлемдік тәжірибесін білу; Қысқа және ұзақ мерзімді жоспарлаудың әдістерін талдауды үйренеді. Қалыптасатын құзыреттер: кәсіпорын және нарық стратегиясына талдау жасай алады; Қазақстандық ерекшелікті ескере отырып маркетинг бойынша	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Стратегический маркетинг Пререквизиты: Маркетинг Постреквизиты: Международный маркетинг, Маркетинг коммуникаций Цели: дать знания о стратегическом маркетинге и о роли планирования предприятия. Краткое описание: Структура и уровни процесса стратегического управления. Назначение фирмы, ее цели и основные задачи. Содержание и факторы, определяющие корпоративную стратегию. Стратегия одиночного бизнеса. Инструментарий реализации стратегии. Организация стратегического контроля. Результаты обучения: знать отечественный и мировой опыт планирования маркетинга; - будут уметь анализировать долгосрочные и краткосрочные методы планирования. Формируемые компетенции: способность анализировать стратегии предприятия и рынка; решать вопросы предприятий по маркетингу с учетом Казахстанской специфики в будущем периоде; разрабатывать свои приемы в области производства, сбыта, управления, цен и т.д.	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Strategic marketing Prerequisites: Marketing Postrequisites: International marketing, communications Purpose: to provide knowledge about strategic marketing and the role of enterprise planning. Brief description: Structure and levels of the strategic management process. The purpose of the company, its goals and main objectives. Content and factors determining corporate strategy. Single business strategy. Tools for strategy implementation. Organization of strategic control. Learning outcomes: to know domestic and world experience in marketing planning; - will be able to analyze long-term and short-term planning methods. Formed competence: the ability to analyze the strategy of the enterprise and the market; to solve the problems of enterprises

мәселелерді шеше алады; өткізу, баға, басқару бойынша өз тәсілдерін әзірлей алады.		in marketing, taking into account the specifics of Kazakhstan in the future period; to develop their methods in the field of production, sales, management, prices, etc.
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Маркетингті басқару Пререквизиттер: Маркетингтік зерттеулер Постреквизиттер: Интернет маркетинг Мақсаты: тыңдаушыларға нарық жағдайында ұйымның маркетингтік қызметін басқару бойынша білім беру. Маркетингті бәсекелестік орта жағдайында тұтынушыға бағыттай отырып, оның әлеуетін тиімді пайдалану негізінде кәсіпорынның коммерциялық табыстарына қол жеткізу құралы ретінде түсінуге ерекше назар аударылады. Қысқаша сипаттамасы: Маркетинг басқару шешімдерін қабылдаудағы интегралдау функциясы ретінде. Корпоративтік деңгейде маркетингті басқару. Маркетингті функционалдық деңгейде басқару. Маркетингті аспаптық деңгейде басқару. Кәсіпорындағы маркетингтің функционалдық байланысы. Кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтары. Маркетингтегі стратегиялық және жедел жоспарлау. Маркетингті бақылау, бағалау және аудит ұғымдарын зерттейді Оқыту нәтижелері: дағдыны	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Управление маркетингом Пререквизиты: Маркетинговые исследование Постреквизиты: Интернет маркетинг Цель: дать слушателям знания по управлению маркетинговой деятельностью организации в условиях рынка. Особое внимание уделяется пониманию маркетинга как инструмента достижения коммерческих успехов предприятия на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на потребителя в условиях конкурентной среды. Краткое описание: Рассматривает следующие аспекты: маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Управление маркетингом на функциональном уровне. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Конкурентные преимущества предприятия. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге. Контроль, оценка и аудит маркетинга. Результаты обучения: Владеть навыками: — организации работы службы	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: Marketing management Prerequisites: Marketing research Postrequisites: Internet marketing Purpose: to give students the knowledge to manage the marketing activities of the organization in the market. Particular attention is paid to the understanding of marketing as a tool for achieving commercial success of the enterprise on the basis of effective use of its potential with a focus on the consumer in a competitive environment. Brief description: Considers the following aspects: marketing as an integrating function in management decision-making. Marketing management at the corporate level. Marketing management at the functional level. Marketing management at the instrumental level. The functional relationship of marketing in the

меңгеру: - кәсіпорындағы маркетинг қызметінің жұмысын ұйымдастыру; - нарық конъюктурасын талдау және корпоративтік деңгейде стратегиялық маркетингтік шешімдерді әзірлеу; - алынған нәтижелер негізінде функционалдық деңгейде маркетингтік зерттеулер жүргізу және маркетингті басқару бойынша шешімдер қабылдау; Қалыптасатын құзыреттіліктер: ұйымның операциялық қызметіне талдау жүргізуге және оның нәтижелерін басқарушылық шешімдерді дайындау үшін пайдалануға қабілетті	маркетинга на предприятии; – анализа рыночной конъюнктуры и выработки стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне; – проведения маркетинговых исследований и принятия решений по управлению маркетингом на функциональном уровне на основе полученных результатов; Формируемые компетенции: способен проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений	enterprise. Competitive advantages of the enterprise. Strategic and operational planning in marketing. Control, evaluation and audit of marketing. Learning outcomes: Proficiency: - organization of work of marketing service at the enterprise; - analysis of market conditions and development of strategic marketing decisions at the corporate level; - conducting marketing research and making decisions on marketing management at the functional level based on the results; Formed competence: able to analyze the operational activities of the organization and use its results to prepare management decisions
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Интернет маркетинг Пререквизиті: Маркетингті басқару Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты: интернетте маркетинг жүйесінің құрылуын – орта, маркетингтік зерттеуді ұйымдастыру, тауар, баға, бөлу және коммуникативті саясатты құру мәселелері туралы білімді қалыптастыру. Қысқаша сипаттамасы: Интернет-Маркетинг	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Интернет маркетинг Пререквизит: Управление маркетингом Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: приобретение студентами знания в построении системы маркетинга в Интернете - среда, организация маркетинговых исследований, вопросы построения товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики Краткое описание: Изучает основы интернет-маркетинга. Инфраструктура интернет-	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Internet marketing Prerequisite: Marketing management Post-requisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: the acquisition of students knowledge in the construction of the marketing system on the Internet-the environment, the organization of

негіздері. Интернет-маркетинг инфрақұрылымы. Жеке тұтынушылармен өзара іс-қимыл. Интернеттегі тауар саясаты және қызметтер нарығы. Баға саясаты және интернет. Жарнама, интернетте өткізу және жұртшылықпен байланысты ынталандыру. Интернетте-орта, маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру, тауарлық, баға, тарату және коммуникативтік саясатты құру мәселелерін қарастырады Оқыту нәтижелері: - интернет-маркетинг ерекшеліктері туралы біледі; - интернет-маркетинг инфрақұрылым ының негізгі элементтерін біледі. Қалыптасатын құзыреттіліктер: интернет маркетинг ұйымдастыру қабілеті қалыптасқан, интернетте маркетингтік стратегияны тиімді жүргізуге қабілетті.	маркетинга. Взаимодействие с индивидуальными потребителями. Товарная политика и рынок услуг в интернете. Ценовая политика и интернет. Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в интернете. В Интернете - среда, организация маркетинговых исследований, вопросы построения товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики Результаты обучения: - иметь представление об особенностях интернет маркетинга; - знать основные элементы инфраструктуры Интернет-маркетинга. Формируемые компетенции: приобретает навыков организации интернет-маркетинга, способен эффективно проводить маркетинговые стратегии в интернете.	marketing research, the construction of commodity, price, distribution and communication policy Brief description: He is studying the basics of Internet marketing. The infrastructure of the Internet marketing. Interaction with individual consumers. Commodity policy and the market of services on the Internet. Pricing and Internet. Advertising, sales promotion and public relations on the Internet. On the Internet - the environment, the organization of marketing research, the construction of commodity, price, distribution and communication policy Learning outcomes: - have an idea about the features of Internet marketing; - know the basic elements of the Internet marketing infrastructure. Formed competence: acquires skills in organization Internet marketing, can effectively implement marketing strategies in the Internet.
Модуль коды: ББМ - 5 Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Қызмет және тауар маркетингі Пререквизиті: Маркетингті басқару Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді	Код модуля: МП- 5 Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Маркетинг товаров и услуг Пререквизит: Управление маркетингом Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного	Code of module: MD-5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Marketing of goods and services Prerequisite: Marketing management Post-requisites:

емтихан тапсыру Мақсаты: қызметтер мен тауарлар нарығының ерекшелігі туралы түсінік беру, осы салалардың әрқайсысында маркетингтік құралдарды пайдалану ерекшеліктерін көрсету Қысқаша сипаттамасы: Тауарлар мен қызметтер саласындағы Маркетинг. Білім беру қызметі маркетингінің мәні, мәселелері, мүмкіндіктері. Сыртқы экономикалық қызметтегі тауар маркетингі: мәні, мақсаттары, ерекшеліктері, құрылымы және мазмұны. Сақтандыру қызметіндегі маркетингтің ерекшеліктері. Көтерме және бөлшек саудадағы маркетинг ерекшеліктері. Туристік бизнестегі Маркетинг ұғымдарын зерделейді Оқыту нәтижелері: тауарлар мен қызметтер саласындағы кәсіпорындарды маркетингтік бағалаудың қазіргі заманғы, ғылыми принциптері мен әдістерін пайдалану дағдыларын меңгеру Қалыптасатын күйреттіліктер: қызмет көрсету саласында және Тауарлар үшін маркетингтік талдау құралдарын пайдалануға, қызмет көрсету мен тауарлар бағасын есептеуге, баға белгілеу стратегиясын әзірлеуге, тауарлар мен қызметтер үшін позициялау бағдарламасын әзірлеуге, тауарлар мен қызметтер нарығында бәсекелестік талдау жүргізуге қабілетті.	экзамена Цель: дать представление о специфике рынка услуг и товаров, показать особенности использования маркетингового инструментария в каждой из этих сфер Краткое описание: Изучает маркетинг в сфере товаров и услуг. Сущность, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Маркетинг товаров во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание. Особенности маркетинга в страховой деятельности. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле. Маркетинг в туристическом бизнесе. Результаты обучения: овладеть навыками использования современных, научных принципов и методов маркетинговой оценки предприятий сферы товаров и услуг Формируемые компетенции: способен использовать инструменты маркетингового анализа в сфере услуг и для товаров, рассчитывать цены на услуги и товары, разрабатывать стратегию ценообразования, разрабатывать программу позиционирования для товаров и услуг, проводить конкурентный анализ на рынке товаров и услуг	Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: to give an idea of the specifics of the market of goods and services, to show the features of the use of marketing tools in each of these areas Brief description: Studies marketing in the sphere of goods and services. Essence, problems, opportunities of marketing of educational services. Marketing of goods in foreign economic activity: essence, goals, features, structure and content. Features of marketing in insurance activities. Features of marketing in wholesale and retail trade. Marketing in the tourism business. Learning outcomes: to master the skills of using modern scientific principles and methods of marketing evaluation of enterprises in the sphere of goods and services Formed competence: able to use the tools of marketing analysis in the field of services and goods, to calculate prices for services and goods, to develop a pricing strategy, to develop a positioning program for goods and services, to conduct competitive analysis in the market of goods and services
Модуль коды: ББМ - 5	Код модуля: МП- 5	Code of module: MD-

Модуль атауы: Бағыттар бойынша маркетинг Пән атауы: Өнеркәсіптік маркетинг Prerequisite: Marketing management Post-requisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Максаты: өнеркәсіптік маркетингі бойынша теориялық білімін оқыту. Қысқаша сипаттамасы: Өнеркәсіптік маркетинг туралы жалпы түсінік. Өнеркәсіптік маркетинг әдістері. Негізгі қатысушылар мен объектілер. Бүгінгі таңда өнеркәсіптік маркетингтің даму үрдісі. Маркетингті аспаптық деңгейде басқару. Кәсіпорындағы маркетингтің функционалдық байланысы. Кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтары. Маркетингтегі стратегиялық және жедел жоспарлау мәселелерін қарастырады Оқыту нәтижелері: Маркетингтің ақпараттық базасын талдау және нарықты зерттеу әдістерін; жаңа білімді өз бетінше меңгеру және маркетингтік ақпаратты пайдалану дағдыларын меңгерген. Қалыптасатын күзіреттіліктер: өнеркәсіптік маркетинг негізін және теориялық әдіснамасын игереді.	Название модуля: Маркетинг по направлениям Название дисциплины: Промышленный маркетинг Пререквизит: Управление маркетингом Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: дать общее теоритическое знание о промышленной маркетинге. Краткое описание: Рассматривает общее понятие о промышленном маркетинге. Методы промышленной маркетинга. Основные участники и объекты. На сегодняшний день тенденции развития промышленного маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Конкурентные преимущества предприятия. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге. Результаты обучения: Владеет: методами изучения рынка и анализа информационной базы маркетинга; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями и использования маркетинговой информации. Формируемые компетенции: теоретические основы и методологии маркетинга промышленного освоения.	5 Name of module: Marketing by directions Name of discipline: Industrial marketing Prerequisite: Marketing management Post-requisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: to give a General theoretical knowledge of industrial marketing. Brief description: Examines the General concept of industrial marketing. Methods of industrial marketing. The key actors and objects. To date, the development trends of industrial marketing. Marketing management at the instrumental level. The functional relationship of marketing in the enterprise. Competitive advantages of the enterprise. Strategic and operational planning in marketing. Learning outcomes: Owns: methods of market research and analysis of the information base of marketing; skills of self-mastery of new knowledge and the use of marketing information. Formed competence: theoretical foundations and methodology of marketing of industrial development.
Модуль коды: МЗБ- 7	Код модуля: МИУ- 7	Code of module:

Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Жобаларды басқару Пререквизиті: менеджмент Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты: «Жобаларды басқару» инвестициялау тиімді жолдарын, инвестициялық талдау және болжау әдістері мен модельдері негізінде жобаларды басқару құралдарын әзірлеу болып табылады. Қысқаша сипаттамасы: Келесі мәселелерді зерттейді: жобалық басқару ерекшеліктері, Ақпараттық технологиялар саласындағы Жобаларды басқару әдістері; жобалық тәсілді басқаруда қолдану, жобалық командаларды құру және басқару дағдыларын қалыптастыру; жобалық басқаруды қамтамасыз ететін заманауи ақпараттық жүйелерді қолдану. Оқыту нәтижелері: Жобаны басқару әдіснамалық құралдарды пайдалана білу Қалыптасатын құзыреттер: стратегиялық міндеттерді шешу үшін қазіргі заманғы корпоративтік басқару әдістерін үкіметтік қаржы қолдана білу	Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Управление проектами Пререквизит: менеджмент Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: разработка эффективных путей инвестирования» управление проектами", инструментов управления проектами на основе методов и моделей инвестиционного анализа и прогнозирования. Краткое описание: Изучает следующие вопросы: особенности проектного управления, методиками управления проектами в сфере информационных технологий; выработка навыков применения в управлении проектного подхода, создания и руководства проектными командами; применение современных информационных систем, обеспечивающих проектное управление. Результаты обучения: Умение использовать методологические инструменты управления проектом Формируемые компетенции: умение применять современные методы корпоративного управления правительственными финанса	MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline:project Management Prerequisites: management Postrequisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: development of effective ways of investment" project management", project management tools based on methods and models of investment analysis and forecasting. Brief description: Studies the following issues: features of project management, project management techniques in the field of information technology; development of skills in the management of the project approach, the creation and management of project teams; the use of modern information systems that provide project management. Learning outcome: Ability to use methodological tools of project management Formed competencies: ability to apply modern methods of corporate management of government finances
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and

Пән атауы: Бизнесі Пререквизиті: Менеджмент Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты: бизнес саласындағы теориялық және тәжірибелік білім студенттерді қаруландыру, өз бизнес, кәсіпкерлікті басым бағыттары бойынша студенттердің білім ауқымын қалыптастыру және бизнес-жоспарды әзірлеу бойынша практикалық дағдыларды иеленуі көмектесу. Қысқаша сипаттамасы: Бизнес түсінігі, даму тарихы. Бизнес түрлерін жіктеу. Бизнесі жүргізу нысандары. Бизнес субъектілерін тіркеу тәртібі. Кәсіпорынның банкроттығы және таратылуы. Бизнес инфрақұрылымын құрудың объективті қажеттілігі. Бизнес инфрақұрылымының элементтері. Кеден жүйесі. Кеденнің анықтамасы және функциялары. Бизнесің салық жүйесі. Бизнесітегі менеджменттің негізгі принциптері. Бизнесітегі персоналды басқару және іскерлік этика мәселелерін қарастырады Оқыту нәтижелері: Білу керек: - жалпы орта білім негізінде, бизнес және кәсіпкерлік саласындағы білімі мен түсінігін көрсете; экономикалық жүйе ретінде бизнес процесін ұйымдастырудың теориясы мен практикасы тұтас түсіну, және ынталандыру бизнес ұйымдастыру формалары, компаниялар, бизнес-жоспарлау элементтері және оны іске асыру кезеңдері,	Название дисциплины: Организация бизнеса Пререквизит: Менеджмент Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: теоретические и практические знания в сфере бизнеса помочь студентам приобрести практические навыки по вооружению, формированию кругозора знаний студентов по приоритетным направлениям своего бизнеса, предпринимательства и разработке бизнес-плана. Краткое описание: Изучает понятие бизнеса, история развития. Классификация видов бизнеса. Формы ведения бизнеса. Порядок регистрации субъектов бизнеса. Банкротство и ликвидация предприятия. Объективная необходимость создания инфраструктуры бизнеса. Элементы инфраструктуры бизнеса. Таможенная система. Определение и функции таможни. Налоговая система бизнеса. Основные принципы менеджмента в бизнесе. Управление персоналом в бизнесе и деловая этика. Результаты обучения: Уметь: - демонстрировать знания и понимание в области бизнеса и предпринимательства на основе общего среднего образования; - понимать целостное понимание теории и практики организации бизнес-процесса как экономической системы, и мотивировать формы организации бизнеса, компании, элементы бизнес-планирования и этапы ее реализации, принципы организации и деятельности базовых составляющих инфраструктуры бизнеса. Формируемые компетенции:	management Name of discipline: business Organization Prerequisites: Management Postrequisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: theoretical and practical knowledge in the field of business to help students acquire practical skills in armament, formation of horizons of knowledge of students in priority areas of their business, entrepreneurship and business plan development. Brief description: Studies the concept of business, history of development. Classification of types of business. Forms of business. The order of registration of business entities. Bankruptcy and liquidation of the company. The objective necessity of creation of business infrastructure. Elements of business infrastructure. Customs system. Definition and functions of customs. The tax system of business. Basic principles of business management. Personnel management in business and business ethics. Learning outcome: To be able to: - demonstrate knowledge and understanding in the field of business and entrepreneurship on the
---	---	--

тұжырымдамалар мен бизнес инфрақұрылымының базалық құрамдас негізгі бірлестіктерінің ұйымдастырылуы мен қызмет принциптері Қалыптасатын құзыреттер: Ол бизнес жіктеу және пайдалану саласындағы тәжірибесін меңгереді; бизнесті ұйымдастыру тәсілдерін және әдістерін үйренеді.	Он владеет опытом в области классификации и использования бизнеса; изучает способы и методы организации бизнеса.	basis of General secondary education; - to understand the holistic understanding of the theory and practice of the organization of the business process as an economic system and to motivate the form of business organization, company, elements of business planning and the stages of its implementation, the principles of organization and activities of basic components of the business infrastructure. Formed competencies: He has experience in the field of classification and use of business; studying ways and methods of business organization.
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Халықаралық маркетинг Пререквизиті: Маркетинг Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты: халықаралық маркетинг бойынша негізгі заңдылықтармен және оның құрастыруы ерекшеліктері туралы теориялық білімді студенттерге беру. Қысқаша сипаттамасы: Халықаралық маркетингтің мәні мен мақсаты. ҚР экономикасына халықаралық маркетингті енгізу қажеттілігі мен мәселелері. Халықаралық фирмалардың қызметіндегі Маркетинг.	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Международный маркетинг Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: дать студентам теоретические знания по международному маркетингу, обеспечивающих системное представление об основных закономерностях и особенностях ее формирования. Краткое описание: Изучает сущность и цели международного маркетинга. Необходимость и проблемы внедрения международного маркетинга в экономику РК. Маркетинг в деятельности	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: International marketing Prerequisites: Marketing Postrequisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: to give students theoretical knowledge of international marketing, providing a systematic understanding of the basic laws and features of its formation. Brief description: the Essence and objectives of international

Халықаралық бизнестің қоршаған ортасындағы Маркетинг - микс. Әлемдік нарықтағы елдің бәсекелестік артықшылығы тұжырымдамасы. Шетелдік серіктестердің сенімділігін маркетингтік бағалау. Ұйымдастыру және бақылау, халықаралық маркетинг сұрақтарын зерттейді Оқыту нәтижелері: студенттер халықаралық маркетинг теориясы мен тәжірибесін, оның Қазақстан экономикасын қалыптастырудағы маңызы мен мәнін, сондай-ақ фирманың қызметінде Халықаралық маркетинг элементтері мен принциптерін қолдану мүмкіндігін білетін болады; мемлекеттің және нарықтың маркетингтік саясатын ескере отырып, баламалы басқару шешімдерін қабылдай білу; халықаралық маркетингті басқару жоспарын құру; қазақстандық ерекшелікті ескере отырып, маркетинг бойынша кәсіпорындардың мәселелерін шешу; нарыққа зерттеу жүргізу; фирмалардың қызметінде маркетинг әдістері мен тәсілдерін қолдану; халықаралық өткізу, бағаларды басқару саласында өз тәсілдерін әзірлеу. Қалыптасатын құзыреттер: пайдалануға қабілетті маркетингтік тәжірибе олардың жұмысын халықаралық маркетинг, халықаралық маркетинг ұйымының дамыту бойынша ақпарат, маркетингтік саясат кәсіпорынның проблемаларды шешу үшін әлемдегі назарға ала отырып, ерекшелігін, ішкі нарық.	международных фирм. Маркетинг - микс в окружающей среде международного бизнеса. Концепция конкурентного преимущества страны на мировом рынке. Маркетинговая оценка надежности зарубежных партнеров. Организация и контроль международного маркетинга. Результаты обучения: студенты будут знать теорию и практику международного маркетинга, его значение и сущность в формировании экономики Казахстана, а также возможность применения элементов и принципов международного маркетинга в деятельности фирмы; Уметь принять альтернативные управленческие решения с учетом маркетинговой политики государства и рынка; составлять план управления международным маркетингом; решать вопросы предприятий по маркетингу с учетом Казахстанской специфики; проводить исследование рынка; применять методы и приемы маркетинга в деятельности фирм; разрабатывать свои приемы в области международного сбыта, управления цен. Формируемые компетенции: способен использовать маркетинговый опыт в их работы, международный маркетинг, международные маркетинговые организации по развитию информации, маркетинговая политика предприятия, чтобы решить проблемы в мире, принимая во внимание специфику внутреннего рынка.	marketing. Necessity and problems of implementation of international marketing in the economy of Kazakhstan. Marketing in the activities of international firms. Marketing mix in the international business environment. The concept of competitive advantage of the country in the world market. Marketing assessment of reliability of foreign partners. Organization and control of international marketing's. Learning outcomes: students will know the theory and practice of international marketing, its importance and essence in the formation of the economy of Kazakhstan, as well as the possibility of applying the elements and principles of international marketing in the company; To be able to make alternative management decisions taking into account marketing policy of the state and the market; to make the plan of management of the international marketing; to solve questions of the enterprises on marketing taking into account the Kazakhstan specifics; to conduct market research; to apply methods and receptions of marketing in activity of firms; to
---	---	---

		develop the receptions in the field of the international sale, price management. Formed competencies: able to use marketing experience in their work, international marketing, international marketing information development organizations, enterprise marketing policy to solve problems in the world, taking into account the specifics of the domestic market.
Модуль коды: МЗБ- 7 Модуль атауы: Маркетингтік зерттеу және басқару Пән атауы: Коммуникация маркетингі Пререквизиті: Маркетинг Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Максаты: маркетингтік коммуникация бойынша теориялық білімді оқыту. Қысқаша сипаттамасы: Маркетингтік коммуникация туралы негізгі ұғымдар. Маркетингтік ақпаратты басқару. Компанияның маркетингтік және ішкі ортасын кешенді зерттеу. Кәсіпорынның тауар саясатын қалыптастыру. Маркетингті аспаптық деңгейде басқару. Кәсіпорындағы маркетингтің функционалдық байланысы. Кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтарын қарастырады Оқыту нәтижелері: маркетингтік коммуникация бойынша түсінік алу және негізгі терминдерді білу.	Код модуля: МИУ- 7 Название модуля: Маркетинговое исследование и управление Название дисциплины: Маркетинг коммуникации Пререквизит: Маркетинг Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: дать общее теоритическое понятие о маркетинговом коммуникации. Краткое описание: Изучает основные понятия о маркетинговом коммуникации. Управление маркетинговой информацией. Комплексное исследование маркетинговой и внутренней среды компании. Формирование товарной политики предприятия. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Конкурентные преимущества предприятия. Результаты обучения: иметь представление о понятии маркетинговой коммуникации, знать основные терминов. Компетенции: может проводит	Code of module: MRM- 7 Name of module: Marketing research and management Name of discipline: Marketing communications Prerequisites: Marketing Postrequisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: to give a General theoretical concept of marketing com munication. Brief description: Studies the basic concepts of marketing communication. Management of marketing information. Comprehensive research of marketing and internal environment of the company. Formation of commodity policy of the enterprise. Marketing management at the instrumental

Қалыптасатын құзыреттер: Тауар мен қызметтерді өткізу мақсатында түрлі сатуларды, жарнамалық үндеу жасай алады; PR өткізеді.	PR продаж товаров и услуг с целью проведения различных рекламных обращений.	level. The functional relationship of marketing in the enterprise. Competitive advantages of the enterprise. Learning outcomes: to have an idea of the concept of marketing communication, to know the basic terms. Competencies: PR can conduct sales of goods and services with the aim of conducting a variety of advertising appeals.
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Медиаменеджмент Пререквизиті : Менеджмент Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты: студенттердің нарықтық қатынастар жағдайында медиаменеджмент негіздері бойынша білімдерін қалыптастыру; әртүрлі БАҚ-тың ұйымдарының ресурстарын тиімді пайдалана отырып, экономикалық негізделген басқарушылық шешімдерді қабылдау дағдылары мен іскерліктерін қалыптастыру. Қысқаша сипаттамасы: Медиаменеджменттің мәні. Медиаменеджмент принциптері мен мақсаттары. Медиаменеджментке теориялық көзқарастар. Медиаменеджмент объектілері мен субъектілері. Медиаменеджменттің негізгі салалары. Медиа және медиаменеджмент экономикасының ерекшелігі.	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям»: Название дисциплины: Медиаменеджмент Пререквизит: Менеджмент Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: формирование у студентов знаний по основам медиаменеджмента в условиях рыночных отношений; формирование умений и навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений с рациональным использованием ресурсов организаций различных СМИ. Краткое описание: Изучает сущность медиаменеджмента. Принципы и цели медиаменеджмента. Теоретические взгляды на медиаменеджмент. Объекты и субъекты медиаменеджмента. Основные сферы медиаменеджмента. Специфика экономики медиа и медиаменеджмента. Стратегический медиаменеджмент. Управление медиаактивами. Маркетинговые исследования в медиасфере. Дистрибуция в медиабизнесе.	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions»: Name of discipline: Prerequisites: Management Post-requisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: formation of students ' knowledge of the basics of media management in market conditions; formation of skills and abilities of economically sound management decisions with the rational use of resources of organizations of various media. Brief description: Considers the concept of "media Management"; tasks of media management in modern conditions; Operational and strategic media management; Basic strategies in media

Стратегиялық медиаменеджмент. Медиаактивтерді басқару. Медиаасферадағы маркетингтік зерттеулер. Медиабизнес Дистрибуция. Медиабизнесестегі баға белгілеу сұрақтарын зерттейді Оқыту нәтижелері: - әлеуметтік, этникалық, конфессиялық және мәдени айырмашылықтарды толерантты қабылдай отырып, өзінің кәсіби қызметі саласында ұжымды басқаруға дайын болу; - медиаәсіпорындардың қызметіндегі экономикалық факторлардың мәнін есепке алуға дайындық; - медиаэкономика білімін кәсіби қызметте тиімді пайдалану; - БАҚ даму стратегиясына, медиалық жобаларға сәйкес ұйымдастырушылық, үйлестіру, бақылау міндеттерін, ағымдағы жоспарлауды жүзеге асыруға дайындық. Қалыптасатын құзыреттер: - БАҚ-ты ұйымдастыру мақсаттары, миссиясын қалыптастыру, ағаш құру - БАҚ-ты дамыту бағыттарын қамтамасыз ететін ұзақ мерзімді құжаттарды талдау; - ұйымның сыртқы және ішкі орта факторларын анықтау; - оларға талдау жүргізу; - БАҚ-тың құрылымдық бөлімшелердің қызметін жедел жоспарлауды жүзеге асыру	Ценообразование в медиабизнесе. Результаты обучения: - готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; - готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий; - эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности; - готовность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов. Формируемые компетенции: - формулировать цели, миссию, строить дерево целей организации СМИ - анализировать долгосрочные документы, обеспечивающие направления развития СМИ; - определять факторы внешней и внутренней среды организации и проводить их анализ; осуществлять оперативное планирование деятельности структурных подразделений СМИ.	management; Reference strategies for the development of media business; problems of management and effective work of the media; basics of editorial and publishing marketing; competitiveness in the media. Learning outcome: - willingness to manage a team within the scope of their activities professionally, tolerant perceiving social, ethnic, confessional and cultural differences; - readiness to take into account the importance of economic factors in the activities of media enterprises; - effectively use the knowledge of media Economics in professional activities; - readiness to carry out organizational, coordination, control duties, current planning in accordance with the media development strategy, media projects. Formed competence: - articulate purpose, mission, build the tree of goals of the media organisation - analyze long-term documents that provide directions for the development of the media; - to determine the factors of external and internal environment of the organization and conduct their analysis;
---	---	--

		to carry out operational planning activities of structural units MEDIA.
Модуль коды: ББМ-6 Модуль атауы: «Бағыттар бойынша менеджмент» Пән атауы: Жарнама менеджменті Пререквизиті : Менеджмент Постреквизиті: Дипломдық жұмысты (жобаны) және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру Мақсаты:"жарнама менеджменті" пәнін игерудің мақсаты экономика бакалаврларында қазіргі заманғы жүйелік білімді қалыптастыру және жарнамалық қызметтің теориясы мен практикасы саласында құзыреттілікті дамыту; жарнамалық әсердің әртүрлі тәсілдері және оларды Ресей жағдайында жүзеге асыру мүмкіндіктері туралы түсініктерді қалыптастыру; сонымен қатар жарнамалық өнімдерді құру, жүзеге асыру процестерін басқару іскерліктерін қалыптастыру болып табылады. Қысқаша сипаттамасы: Жарнамалық менеджмент ұғымын қарастырады. Ұйымдастыру және жарнама беруші. Жарнама агенттігі (РА). Жарнамалық науқан. Құжат айналымын ұйымдастыру және оның жарнама қызметіндегі рөлі. Жарнамалық менеджментте шешім қабылдау технологиясы және оларды ақпараттық қамтамасыз ету. Креативті менеджмент. Жарнаманың тиімділігін бағалау. Жарнамалық стратегия және оны әзірлеу.	Код модуля: МН - 6 Название модуля: «Менеджмент по направлениям»: Название дисциплины: Рекламный менеджмент Пререквизит: Менеджмент Постреквизит: Написание и защита дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена Цель: Целью освоения дисциплины «Рекламный менеджмент» является формирование у бакалавров экономики современных системных знаний и развитие компетенций в области теории и практики рекламной деятельности; формирование представлений о различных способах рекламного воздействия и возможности их реализации в российских условиях; а также формирование умений управления процессами создания, реализации рекламной продукции. Краткое описание: Рассматривает понятие рекламного менеджмента. Организация и рекламодатель. Рекламное агентство (РА). Рекламная кампания. Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности. Технология принятия решений в рекламном менеджменте и их информационное обеспечение. Креативный менеджмент. Оценка эффективности рекламы. Рекламная стратегия и ее разработка. Организация участия предприятия в выставках и ярмарках. Контроль рекламной деятельности. Результаты обучения:	Code of module: MD - 6 Name of module: «Management by directions»: Name of discipline: Prerequisites: Management Post-requisites: Writing and defending a thesis (project) or taking a comprehensive exam Purpose: the Purpose of the development of the discipline "Advertising management" is the formation of bachelors of Economics of modern system knowledge and development of competencies in the field of theory and practice of advertising; the formation of ideas about different ways of advertising impact and the possibility of their implementation in the Russian environment; as well as the formation of skills of management Brief description: Considers the concept of advertising management. The organization and the advertiser. Advertising Agency (RA). Advertising campaign. Organization of document flow and its role in advertising. Decision-making technology in

Кәсіпорынның көрмелерге және жәрмеңкелерге қатысуын ұйымдастыру. Жарнама қызметін бақылау. Оқыту нәтижелері: -жарнаманы басқару саласындағы негізгі ұғымдарды игеру; -процестегі жарнама қызметінің мәні туралы түсінік беру бизнес және басқару процесі, жарнама қызметі; -жарнама қызметінің құрылымын, оның негізгі элементтерін және жарнаманың жіктелуі; -жарнамалық хабарламалар құрастыру дағдыларын игеру; Қалыптасатын құзыреттер: кәсіби жарнамалық және коммерциялық қызметтің инновациялық технологияларын әзірлеу және бағалау дайындығы	-овладеть основными понятиями в области рекламного менеджмента; – дать представление о сущности рекламной деятельности в процессе осуществления коммерческой деятельности и процесса управления рекламной деятельностью; – изучить структуру рекламной деятельности, ее основные элементы и классификации рекламы; – приобрести умения составления рекламных сообщений Формируемые компетенции: готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной рекламной и коммерческой деятельности	advertising management and their information support. Creative management. Evaluation of advertising effectiveness. Advertising strategy and its development. Organization of participation in exhibitions and fairs. Control of advertising activities. Learning outcome: -master the basic concepts in the field of advertising management; -to give an idea of the essence of advertising activities in the process business and management process advertising activities; -study the structure of advertising activities, its main elements and classification of advertising; -acquire the skills to compose advertising messages; Formed competence: willingness to develop and evaluate the effectiveness of innovative technologies of professional advertising and commercial activities
---	---	--

