

ҚАЗТҰТЫНУДАҒЫ  
ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ



КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАЗПОТРЕБСОЮЗА



Қарағанды университетінің,  
ректорының д. профессор  
Аймагамбетов Е.Б.

ҚазҰПУ Ғылыми кеңес  
Отырыста бекітілген

Ғылыми кеңес

Хаттама № 8 «30» 04 2024 г.

**БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ**  
**6B04106 «Маркетинг»**

Деңгей: бакалавриат (ВА)

ҚАРАҒАНДЫ 2024

6B04106 "Маркетинг" білім беру бағдарламасы ҚР ҒЖБМ 2022 жылғы 20 шілдедегі № 2 бұйрығымен (өзгерістермен және толықтырулармен) бекітілген Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты, ЖНҚБҰ-да кредиттік оқыту технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидалары 2011 жылғы 20 сәуірдегі № 152 (өзгерістермен және толықтырулармен), Ұлттық білім беру/ салалық біліктілік шеңбері, кәсіби стандарт" " Көтерме-азық-түлік тарату орталықтарын қоса алғанда, сауда алаңы 2000 шаршы метрден (2000 шаршы метр және одан жоғары) асатын сауда объектілерінде қандай да бір нақтылаусыз тауарлардың кең ассортиментімен көтерме сауда"; "нарықтарды талдау саласындағы қызмет".

Әзірлеушілер (академиялық комитет):

Мажитова С.К., э.ғ.к., доцент, «Маркетинг и логистика»кафедра меңгерушісі

Краснощекова Е. А. - Э. Ғ. М., кафедраның аға оқытушысы;

Касымова Б. Т. - Э. Ғ. М., кафедраның аға оқытушысы

Идрисова А. С. - ЖШС бас маманы

Серік Ә. - қаржы директоры "TL SOLUTIONS"ЖШС директоры

Жапашов А. - магистрант, гр.МК-23 НІ

Ким М. - гр студенті. МК-22-2

Рецензенты (эксперты):

Рецензент (эксперт)

"TL SOLUTIONS"ЖШС директоры

Е. А. Елеукенов

Білім беру бағдарламасы 2024 жылғы "25" сәуірдегі академиялық комитеттің отырысында талқыланды және мақұлданды, №2 хаттама

## МАЗМҰНЫ

- 1. Білім беру бағдарламасының паспорты .....**
- 2. Білім беру бағдарламасы түлегінің біліктілік сипаттамасы**
  - 2.1 Берілетін дәреже
  - 2.2 Маман лауазымдарының тізбесі
- 3. Білім беру бағдарламасының мазмұны .....**
  - 3.1 Білім беру бағдарламасының оқу жоспары
  - 3.2 Пәндер туралы мәліметтер
- 4. Білім беру бағдарламасының құзыреттері мен оқыту нәтижелері**
  - 4.1 Оқытудың құзыреттері мен нәтижелерінің тізбесі
  - 4.2 Жалпы білім беру бағдарламасы бойынша оқу нәтижелерін қалыптастырылатын құзыреттермен байланыстыру матрицасы
  - 4.3 Құзыреттілікті қалыптастыру картасы
- 5. Білім беру бағдарламасын дамыту жоспары .....**
- 6. Бағдарламаны келісу парағы .....**

## 1. Білім беру бағдарламасының паспорты

№	Атауы	Ескерту
1	Тіркеу номері	6B04100344
2	Білім беру саласының коды және жіктелуі	6B04 Бизнес, басқару және құқық
3	Дайындық бағыттарының коды және жіктелуі	6B041 Бизнес және басқару
4	Білім беру бағдарламалары тобы	B047 Маркетинг және жарнама
5	Білім беру бағдарламасының атауы	"Маркетинг"
6	ББ түрі	Қолданыстағы ББ;
7	ББ мақсаты	Табысты мансапқа бағытталған және Қазақстан Республикасы мен халықаралық қоғамдастық алдында тұрған кәсіби, әлеуметтік-экономикалық, гуманитарлық және рухани міндеттерді белсенді тарту және шешуге қатысу үшін заманауи жүйелі білімі, қажетті құзыреттері мен дағдылары бар маркетинг саласында жоғары білікті кадрларды даярлау.
8	МСКО деңгейі бойынша	6
9	НРК деңгейі бойынша	6
10	ОРК деңгейі бойынша	6
11	ББ айрықша ерекшеліктері	а) Жок;
	ЖОО- серіктес (СОП)	-
	ЖОО- серіктес (ДДОП)	-
12	Құзыреттер тізімі	Білім беру бағдарламасы бойынша оқу нәтижелерін қалыптастырылатын құзыреттермен байланыстыру матрицасы
13	Оқыту нәтижелері	
14	Оқыту нысаны	күндізгі
15	Оқыту тілі	Қазақ/орыс
16	Кредиттер көлемі	240
17	Берілетін дәреже	Бизнес және басқару бакалавры
18	Кадрларды даярлау бағытына лицензияға қосымшаның болуы	KZ34LAA00021414(005) Қосымша 001
19	ББ аккредиттеудің болуы	Мамандандырылған аккредиттеуден өткені туралы куәлік SA-A №0268/1
	Аккредиттеу органының атауы	Білім берудегі сапаны қамтамасыз ету жөніндегі тәуелсіз агенттік, Қазақстан.
	Аккредиттеудің қолданылу мерзімі	<a href="https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html">https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/litsenzii-i-akkreditatsii.html</a> 01.04.2023 – 31.03.2028
20	Пәндер туралы мәліметтер	Пәндер туралы мәліметтер ЖК/ТК, БД, ПД
21	Бағдарламаның бірегейлігі	ББ айрықша ерекшеліктері

## **1. Білім беру бағдарламасы түлегінің біліктілік сипаттамасы**

### **2.1 Берілетін дәреже:**

6B04106 "Маркетинг" ББ бойынша Бизнес және басқару бакалавры

### **2.2 Маман лауазымдарының тізбесі:**

- Басшы / компанияның маркетингтік қызметінің маманы;
- Сату бөлімінің басқарушысы;
- Маркетолог;
- Аналитик / нарық талдаушысы;
- Жарнама бойынша маманы;
- Бренд менеджері;
- Сату жөніндегі менеджер;
- SMM менеджері.

## **3. Білім беру бағдарламасының мазмұны**

### **3.1 Білім беру бағдарламасының оқу жоспары**

Оп оқу курстары бойынша ЖАНК сілтемелері

<https://mooc.keu.kz/course/index.php?categoryid=2>

**Оқу жоспары**  
**6B04106"Маркетинг" модульдік білім беру бағдарламасы**

**Оқу мерзімі: 4 жыл**  
**Күндізгі оқу түрі 2024**  
**жылғы қабылдау**

Пән циклі	Пән коды	МК/ ЖК/ ТК	Пәннің атауы	кредиттер	Бақылау формасы	Оқу жоспарының түрлері д/ пр / БӨӨЖ /БӨЖ / Барлығы	Семестр бойынша бөлу								Құзыреттілік шифры
							1	2	3	4	5	6	7	8	
<b>1. ӘСБМ Әлеуметтік-саяси білім модулі</b>				<b>9</b>											
ЖБП	ASMP2022	МК	Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология	8	емт	30/30/60/120/240	4	4							ОН 1
БП	OP 2022	ЖК	Оқу практикасы	1	есеп			1							ОН 1-3
<b>2. ӘГМ Әлеуметтік-гуманитарлық модулі</b>				<b>15</b>											
ЖБП	КТ 2022	МК	Қазақстан тарихы	5	Мем емт	30/15/15/90/150	5								ОН 1,3
ЖБП	Fil2022	МК	Философия	5	емт	30/15/15/90/150				5					
ЖБП	ЕТ 2022	ТК	Экономикалық теория	5	емт	30/15/15/90/150	5								
	PK ETK 2022		Экология және тіршілік қауіпсіздігі пән аралық курсы												
PK SZhKiKN2022 (BA)	Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл негіздері (basis of anticorruption) пән аралық курсы														
<b>3. ДШСМ Дене шынықтыру және спорт модулі</b>				<b>8</b>											ОН 1-3
ЖБП	DSh 2022	МК	Дене шынықтыру	8	дифф.сынақ		2	2	2	2					
<b>4. ТМ Тіл модулі</b>				<b>26</b>											
ЖБП	K(O)Til 2022	МК	Қазақ (орыс) тілі	10	емт	0/90/30/180/300	5	5							ОН 2
ЖБП	ShT 2022	МК	Шет тілі	10	емт	0/90/30/180/300	5	5							
БП	PK KBT 2022	ЖК	"Кәсіптік-бағдарланған тіл" пән аралық курсы	6	емт	0/60/30/90/180			3	3					
<b>5. МАММ Маркетингтегі ақпараттық-математикалық модулі</b>				<b>24</b>											
ЖБП	АКТ 2022	МК	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	5	емт	15/30/15/90/150		5							ОН 4,5
БП	EM 2022	ЖК	Экономикадағы математика	4	емт	15/30/15/60/120		4							
БП	DTEB2022	ТК	Деректерді талдау және экономиканы болжау	5	емт	15/30/15/90/150			5						
	Eko(Eco)2022		Эконометрика (Econometrics)												

БП	IKom2022	ТК	Инфографика және коммуникация	5	жоба	15/30/30/75/150					5			
	MKV 2022		Медиа коммуникациядағы Визуализация											
БП	PK DM 2022	ТК	Digital-маркетинг пән аралық курсы	5	емт	15/30/15/90/150					5			
	КМАММ 2022		Контент маркетингі және әлеуметтік медиа маркетингі											
<b>6. ӘҰМ экономикалық және ұйымдастырушылық модулі</b>				<b>48</b>										
БП	Mar 2022	ЖК	Маркетинг (Marketing )	5	емт	30/15/15/90/150			5					
БП	Mik 2022	ЖК	Микроэкономика	4	емт	15/30/15/60/120		4						
БП	Mac 2022	ЖК	Макроэкономика	5	емт	15/30/15/90/150			5					
БП	Men(Man)2022	ЖК	Менеджмент	5	емт	15/30/15/90/150				5				
БеП	HM 2022	ЖК	Халықаралық маркетинг (International marketing)	5	емт	30/15/15/90/150							5	
БП	TMK 2022	ТК	Тұтынушылардың мінез-құлқы	4	емт	15/30/15/60/120	4							
	MK 2022		Маркетингтік коммуникациялар											
БП	SS 2022	ТК	Сандық статистика	5	емт	15/30/15/90/150			5					
	AS 2022		Әлеуметтік статистика											
БП	BZhBB 2022	ТК	Бағалар және баға белгілеу	5	емт	15/30/15/90/150				5				
	BE2022		Бухгалтерлік есеп											
БП	SzhSS (TT) 2022	ТК	Салықтар және салық салу (Taxes and taxation)	5	емт	15/30/15/90/150					5			
	Kar2022		Қаржы											
БП	OP2 2022	ЖК	Өндірістік практика	5	есеп					5				ОН 4,8
<b>7. MM Модуль MINIOR</b> <b>Кәсіпкерлік жобалар, кәсіпкерліктің экономикалық негіздері, Негізгі құқықтық, бизнестің құқықтық негіздері, Қаржы, Бизнес-информатика, Тіл және кәсіби коммуникация, адам дамуының трендтері, қызмет көрсету саласын экономикалық-құқықтық реттеу, тұрақты даму трендтері)</b>				<b>20</b>										
БП	Min 2022	ТК	MINIOR	20					5	5	5	5		ОН 2,6-10
<b>8. АММ Аспаптық маркетинг модулі</b>				<b>43</b>										
БП	MZ 2022	ЖК	Маркетингтік зерттеулер	5	емт к/ж	15/30/15/90/150					5			
БеП	MВ 2022	ЖК	Маркетингті басқару	6	емт, к/ж	30/30/15/105/180							6	
БеП	Nm 2022	ТК	Нейромаркетинг	5	емт	15/30/15/75/15					5			ОН 7,8,10
	EM 2022		Экологиялық маркетинг											
БеП	B2B Mar 2022	ТК	B2B маркетингі	5	емт	15/30/15/75/15					5			
	OMar 2022		Өнеркәсіптік маркетинг											
БеП	Zarn (Ad) 2022	ТК	Жарнама (Advertisement )	6	жоба	30/30/15/105/180							6	

	MZh 2022		Медиа жоспарлау															
БеП	PR TP 2022	ТК	PR теориясы мен практикасы (қоғамдық қатынастар)	6	емт	30/30/15/105/180											6	
	BT 2022		Брендинг теориясы															
БеП	SMar 2022	ТК	Стратегиялық маркетинг	5	емт	15/30/15/90/150											5	
	PM 2022		Практикалық маркетинг															
БеП	OP3 2022	ЖК	Өндірістік практика	5	есеп												5	ОН 6-8
	<b>9. ҚММ Қызмет маркетинг модулі</b>																	
БеП	SDShM2022	ТК	Спорт және дене шынықтыру маркетингі	5	емт	30/15/15/90/150											5	
	IvM2022		Ивент-маркетингі															
БеП	MSMB 2022	ТК	Мерчендайзинг және сауда маркаларын басқару	5	емт	15/30/15/90/150											5	
	MZhTZh 2022		Маркетинг жүйесіндегі тауар жүйесі															
БеП	MKUM 2022	ТК	Мейрамхана және қонақ үй маркетингі	5	емт	15/30/15/90/150											5	ОН 7,8,9
	KKM 2022		Қызмет көрсету маркетингі															
БеП	BM 2022	ТК	Банктік маркетинг	5	емт экз	15/30/15/90/150											5	
	TM 2022		Туризмдегі маркетинг															
БеП	OP4 2022	ЖК	Өндірістік практика	10	есеп												10	ОН 8,10,11,12
	DAP 2022		Диплом алдындағы практика															
<b>10. ҚАМ Қорытынды аттестаттау модулі</b>				<b>8</b>														
КА		МК	Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтиханды дайындау және тапсыру	8	қорғау /кешенді емт												8	ОН 9-11
<b>Білім беру бағдарламасының жалпы еңбек сыйымдылығы</b>				<b>240</b>						30	30	30	30	30	30	33	27	
<b>Soft skills</b>																		
ОКТ	KP 2022	ТК	Кәсіпкерлік психологиясы	5		15/30/15/90/150					5							
ОКТ	KMZh 2022	ТК	Кәсіби мансапты жоспарлау	5		15/30/15/90/150						5						
<b>Барлығы</b>				<b>250</b>														

Ескерту: оқу жоспары 2022 жылғы 20 шілдедегі №2 жоғары білімнің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты негізінде (19.01.2023 ж. өзгертулермен) және "әлеуметтік желілер менеджменті (SMM)"; "Тауарлардың кең ассортиментімен көтерме сауда"; "Нарықтарды талдау саласындағы қызмет" "Брендті басқару" кәсіби стандарттарына сәйкес жасалды".

ББ оқу курсы бойынша ЖАНК сілтеме

<https://mooc.keu.kz/course/index.php?categoryid=2>



### 3.2 Пәндер туралы мәліметтер

№	Пәннің атауы	Пәннің қысқаша сипаттамасы (30-50 сөз)	Кредиттер саны	Қалыптастырылатын құзыреттер (кодтар)
<b>Жалпы білім беретін пәндер циклі</b> <b>Міндетті компонент/ЖОО компоненті / таңдау компоненті</b>				
1	Қазақстан тарихы	Пән Қазақстанның дамуының негізгі кезеңдері туралы объективті тарихи білімді қалыптастырады, студенттің назарын "Рухани жаңғыру" бағдарламасын іске асыруға, тарихи-мәдени процестердің қалыптасуы мен дамуына бағыттайды. Курс қазақ халқының этногенезі проблемаларын, ел аумағындағы мемлекеттілік пен өркениет нысандарының эволюциясын баяндайды, тарихи маңызды фактілер мен оқиғаларды баяндайды, қазақстандық даму моделінің мазмұнын ғылыми-тарихи біліммен толықтырады.	5	МК1
2	Философия	Философия студенттерде сананың ашықтығын, өзінің ұлттық кодын және ұлттық өзін-өзі тануды түсінуді, рухани жаңғыруды, сындарлы-сыни ойлауды, білім мен білімге табынуды қалыптастыруға бағытталған. Курс студенттердің қоғамдық сананы жаңғырту және қазіргі заманның жаһандық мәселелерін шешу контекстінде философиялық мәдениетті игеруіне, студенттердің рефлексиясын қалыптастыруға, толеранттылықты, мәдениетаралық диалог пен ойлау мәдениетін дамытуға және нығайтуға бағытталған.	5	МК1
3	Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология	Әлеуметтану қоғамды оның жүйелерін (институттарын, процестерін) және олардың жұмыс істеуі мен даму заңдылықтарын зерттейді. Саясаттанудың мақсаты-қоғамдық сананы жаңғырту, саяси ұғымдарды, теориялар мен тәсілдерді игеру міндеттерін шешу контекстінде білім алушылардың әлеуметтік-саяси дүниетанымын қалыптастыру. Мәдениеттану әлеуметтік-гуманитарлық дүниетанымды қалыптастыруға, мәдени ақпараттарды игеруге, мәдениеттану ұғымдарын, идеялары мен теорияларын түсіндіруге және түсіндіруге бағытталған. Психология әлемді бейнелеу процесінде тұлғаның негізгі психологиялық процестерін, күйлерін, қасиеттерін, ішкі әлемін зерттейді	8	МК1
4	Экономикалық теория	Экономикалық теорияның негізгі бағыттарының қорытындыларына негізделе отырып, үй шаруашылығы, фирма, ұлттық және әлемдік экономика деңгейінде экономиканың дамуы мен қызметін анықтайтын экономикалық құбылыстың мәнін ашатын негізгі ұғымдар мен теориялық ережелерді оқытады, пән экономикалық пәндерді оқыту әдістерін қолдана отырып, ғылыми зерттеулер жүргізу дағдыларын үйретеді	5	МК1
5	«Экология және тіршілік қауіпсіздігі» пәнаралық курсы	Пән тірі организмдердің тіршілік ету ортасымен өзара әрекеттесуін, биосфераның даму заңдылықтарын, экологиялық жүйелердің және жалпы биосфераның жұмыс істеуін, сондай-ақ техносфера жағдайында Алғашқы медициналық көмек көрсету және адамды	5	МК1

		антропогендік және табиғи шығу тегінің теріс әсерінен қорғау әдістерін зерттейді		
6	Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл негіздері	"Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл негіздері" курсының бағдарламасын зерделеу барысында білім алушылар сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрестің теориялық және әдіснамалық мәселелерін қарастырады; сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылға бағытталған нормативтік-құқықтық актілермен танысады; алған білімдерін өзінің болашақ кәсіби қызметінде қолданудың практикалық дағдылары мен дағдыларын қалыптастырады.	5	МК6
7	Қазақ (орыс) тілі 1	Курстың мазмұны сөйлеу қызметі мен сөздік жұмыстың барлық түрлерін дамытуға, әртүрлі жағдайларда күнделікті әңгімелесуді және қазақ тілінің терминологиясын дамытуға бағытталған лексикалық және грамматикалық тақырыптарды қамтиды.	5	МК1
8	Қазақ (орыс) тілі 2	Курстың мазмұны сөйлеу қызметі мен сөздік жұмыстың барлық түрлерін дамытуға, әртүрлі жағдайларда күнделікті әңгімелесуді және қазақ тілінің терминологиясын дамытуға бағытталған лексикалық және грамматикалық тақырыптарды қамтиды.	5	МК1
9	Шет тілі 1	Курстың оқу материалы зерттелетін тақырыптың мазмұнын және қарым-қатынас салаларын барабар көрсететін түпнұсқа мәтіндерді, бейнелер мен аудио материалдарды пайдалануды қарастырады. Студенттердің белсенді сөздігі өзінің одан әрі кеңеюін, соның ішінде әлеуетті сөздік есебінен алады. Өз ойларын білдіру үшін шет тілін қолдануға үйрету, жазу мен сөйлеудің лексикалық-грамматикалық дағдыларын қалыптастыру; өзін-өзі тәрбиелеу дағдыларын қалыптастыру.	5	МК1
10	Шет тілі 2	Курстың оқу материалы зерттелетін тақырыптың мазмұнын және қарым-қатынас салаларын барабар көрсететін түпнұсқа мәтіндерді, бейнелер мен аудио материалдарды пайдалануды қарастырады. Студенттердің белсенді сөздігі өзінің одан әрі кеңеюін, соның ішінде әлеуетті сөздік есебінен алады. Өз ойларын білдіру үшін шет тілін қолдануға үйрету, жазу мен сөйлеудің лексикалық-грамматикалық дағдыларын қалыптастыру; өзін-өзі тәрбиелеу дағдыларын қалыптастыру.	5	МК1
11	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	Пәннің мақсаты цифрлық Қазақстан мемлекеттік бағдарламасын іске асыру жағдайында кәсіби салада заманауи ақпараттық технологияларды қолдану дағдылары бар жоғары білікті мамандарды даярлау болып табылады. Бұл пән цифрлық технологиялардың көмегімен ақпаратты беру процестерін, жинау, өңдеу, іздеу және сақтау әдістерін, тәсілдерін сыни бағалау және талдау қабілетін қалыптастырады.	5	МК1
12	Дене шынықтыру	Пән жеке тұлғаны дамытудағы және кәсіби қызметке дайындықтағы дене шынықтырудың әлеуметтік рөлін түсінуге қол жеткізуге мүмкіндік береді; дене	8	МК2

		шынықтыру мен салауатты өмір салтының ғылыми-биологиялық және практикалық негіздерін білуді бекіту; оқу бағдарламасынан жаттығуларды орындау техникасын меңгеру, денсаулықты нығайтуда және кәсіби жұмысқа қабілеттілікті сақтауда гигиеналық факторлар мен сауықтыру күштерін пайдаланудың маңыздылығын түсіну.		
Негізгі пәндер циклі ЖОО компоненті				
13	Кәсіби бағытталған тіл» пәнаралық курсы 1	Студенттердің халықаралық кәсіби ортаға интеграциялануына және кәсіби ағылшын тілін мәдениетаралық және кәсіби қарым-қатынас құралы ретінде пайдалануға мүмкіндік беретін шетел тілінде кәсіби бағдарланған коммуникативтік құзыреттілігін қалыптастыру.	3	МК1
14	Пән аралық курс "Кәсіби бағытталған тіл"	"Кәсіби бағытталған тіл" пәнаралық курсының Зерттеудің мақсаты-Кәсіби бағытталған сөйлеудің барлық түрлерінің дағдыларын жетілдіру, сонымен қатар болашақ кәсіби қызметінде өндірістік процесте қажетті шет тіліндегі коммуникативті және мәдениаралық құзіреттілікті дамыту.	3	МК1
15	Экономикадағы математика	Курс студенттердің экономикалық есептерді моделдеуге, талдауға және шешуге көмектесетін математикалық аппаратты меңгеруіне; студенттердің әлеуметтік-экономикалық процестерді мемлекеттік басқару саласындағы процестер мен құбылыстарды зерделеуге және болжауға мүмкіндік беретін математикалық әдістерді меңгеруіне; өз бетінше зерттеулердің дағдылары мен біліктерін қалыптастыруға, өз жұмысын жетілдіру жолдарын ғылыми іздестіруге ұмтылысты дамытуға бағытталған.	4	МК2
16	Макроэкономика	Курс экономиканы бірыңғай тұтас ретінде, тауарлар мен қызметтерді өндірудің жалпы көлемі мен өсуін, инфляция қарқыны мен жұмыссыздық деңгейін, тұрақты экономикалық өсімді қамтамасыз ету үшін валюталардың айырбас бағамдары мен төлем балансының жағдайын зерттейді	5	МК3
17	Микроэкономика	Курс жекелеген экономикалық субъектілердің іс-әрекеті деңгейінде шаруашылық ету механизмнің қызмет етуіне зерттеу жүргізуге, экономикалық теорияны зерттеу барысында алынған теориялық білімді бекітуге, ресурстардың шектеулілігі жағдайында ұтымды экономикалық ойлау дағдыларын қалыптастыруға, сондай-ақ осы негізде жүргізілетін мемлекеттік саясатты бағалауға мүмкіндік береді.	4	МК3
18	Маркетинг	Маркетинг" пәні студенттердің кәсіпорында маркетингтік қызметті ұйымдастыру, практикалық қызметтің әртүрлі салаларында заманауи маркетинг тұжырымдамаларын игеру және оларды жаңа технологияларды қолдануға	5	МК3

		негізделген тәсілдермен басқарушылық шешімдер қабылдауда қолдану бойынша білімдері мен дағдыларын қалыптастырады. Маркетинг курсы зерттеу іс жүзінде компанияның мақсаты мен миссиясын анықтауға, сондай-ақ оны жүзеге асыру стратегиясын құруға көмектеседі.		
19	Менеджмент (Management)	Курс студенттердің басқару процесін зерттеудің ұйымдастырушылық элементтерін меңгеруге, коммуникацияларды және шешім қабылдауға, жоспарлау, ұйымдастыру, үйлестіру және бақылау, команда жұмысы және көшбасшылық сияқты басқару функцияларын, сонымен қатар өндіріс, маркетинг, қаржы, персоналды басқару сияқты ұйымдарда әртүрлі функционалдық бөлімдерді меңгеруге бағытталған.	5	МК3
20	Оқу практикасы	Оқу практикасы алынған теориялық білімді бекіту, кеңейту және тереңдету және таңдалған ұйым жағдайында алынған дағдылар мен құзыреттерді қолдану мақсатында жүргізіледі. Оқу-әдістемелік және нормативтік құжаттама, ұйымның маркетингтік қызметін талдау және сәйкестендіру негіздері зерттеледі. Студент ұйымның қызметін реттейтін нормативтік құжаттармен; иллюстрациялық және презентациялық техниканың заманауи құралдарымен жұмыс істеу дағдыларын игереді.	1	МК1-2
21	Өндірістік практика	Маркетингтік қызметті ұйымдастырудың басқару құрылымы мен принциптерін, қызметкерлердің лауазымдық міндеттерін зерделеуді; жарнамалық және маркетингтік қызметті жүргізудің құжаттамасы мен құралдарын зерделеуді; кәсіпорынға оның кәсіби қызметіне тікелей қатысу арқылы практикалық көмек көрсетуді білдіреді. Студент келіссөздер, іскерлік хат алмасу, электрондық коммуникациялар жүргізуге қабілетті; маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын меңгереді	5	МК1-3
22	Маркетингтік зерттеулер	Пән ұйымның, тауар нарығының, бәсекелестердің және тұтынушылардың ішкі ортасын заманауи технологияларды қолдана отырып оқытады., бұл мақсатты аудиторияны, оның қажеттіліктері мен уәждерін түсінудің ең оңтайлы жолын табуға мүмкіндік береді. Студент зерттеу және аналитикалық жұмыс дағдыларын меңгереді	5	МК3-5
Негізгі пәндер циклі Таңдау компоненті				
23	"Тіл және кәсіби коммуникация"майнорлық бағдарламасы	Теориялық білім мен практикалық дағдылар жүйесін қалыптастыруға арналған жаһандық бизнес-экономика мен кәсіпкерліктегі ағылшын тілі. Шет тілді мәдениетке және оның сөйлеушілеріне бизнес және кәсіпкерлік саласында шығу жолын іздеу арқылы қарым-қатынас, коммуникация дағдыларын, қарым-қатынаста шет тілдерін қолдану қабілетін қалыптастыру; прагматикалық мәдениетаралық құзыреттілікті дамыту; мәдениетаралық	20	МК1,3

		коммуникацияға қабілетті тұлғаны дамыту		
	Тіл және кәсіби қарым-қатынас" Майноры Бизнес және кәсіпкерлік саласындағы ағылшын тілі	Пән барлық мамандықтар студенттерінің жаһандық бизнес-экономика мен кәсіпкерлікте, халықаралық еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілік пен табысқа жетуге қажетті ағылшын тілінің теориялық білімдері мен практикалық дағдыларының жүйесін қалыптастыруға арналған.	5	МК1
	"Тіл және кәсіби қарым-қатынас" Майноры Бизнес және кәсіпкерлік саласындағы ағылшын тілі	Пән барлық мамандықтар студенттерінің жаһандық бизнес-экономика мен кәсіпкерлікте, халықаралық еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілік пен табысқа жетуге қажетті ағылшын тілінің теориялық білімдері мен практикалық дағдыларының жүйесін қалыптастыруға арналған.	5	МК1
	Тіл және кәсіби байланыс" Майноры Конфликтология	Кіріспе. Конфликтологияның теориялық-әдіснамалық негіздері. Конфликтологияның қалыптасу тарихы. Жанжалды әлеуметтік өмірдің әлеуметтік құбылысы ретінде сипаттау. Жанжалдарды басқару. Жанжалдардың себептері. Әлеуметтік қақтығыс динамикасы. Внутриличностный қақтығыс. Тұлғааралық қақтығыс топтар арасындағы қақтығыстар. Этносаралық жанжал. Мәдениетаралық қақтығыс. Саяси қақтығыстар. Экономикалық қақтығыстар. Инновациялық қақтығыстар. Жанжалдардың алдын алу және шешу.	5	МК1, МК2
	"Тіл және кәсіби байланыс" Майноры Әлеуметтік коммуникация	Байланыс теориясы ғылым және оқу пәні ретінде. Әлеуметтік коммуникация туралы түсінік. Мәдениетаралық және тұлғааралық қарым-қатынас. Байланыс қызметі және байланыс. Әлеуметтік қарым – қатынас модельдері: ақпараттандырудан диалогқа дейін. Әлеуметтік коммуникацияның қасақана тетіктері. Түсінудің коммуникативті механизмдері: белгі, мағына, мағына. Коммуникативтік құзыреттілік түсінігі. Адамдардың коммуникативтік дағдыларын дамытудың әлеуметтік маңызы. Аудиторияның әртүрлі интерпретациялық топтарының коммуникациялық қажеттіліктері мен "әлем суреттері". Байланыс процестерінің тиімділігі мәселелері. Коммуникациялық арналар. Құжаттық байланыс. Электрондық коммуникация. Әлеуметтік-коммуникациялық институттар.	5	МК1, МК2
24	Мәліметтерді талдау және экономиканы болжамдау	Пәнді оқу студенттердің уақытша қатарларды талдау және болжаудың статистикалық әдістерін, болжаудың сапалы әдістерін қолдану дағдылары мен білімін қалыптастырады. Бұл пәнді оқу тәжірибеде деректерді бастапқы өңдеуді	5	МК2

		жүзеге асыруға, уақытша қатарларды тегістеуге, модельдеу әдістерін, динамикалық модельдерді, компоненттік, факторлық, дискриминанттық, кластерлік және дисперсиялық талдау әдістерін қолдануға көмектеседі.		
	Эконометрика	Пән студенттерде жұп және бірнеше регрессия модельдерін, сызықтық емес регрессиялық модельдерді, нақты деректердегі заңдылықтарды зерттеуге мүмкіндік беретін сапалы айнымалылары бар модельдерді, теңдеу коэффициенттерін бағалау әдістерін құру және қолдану дағдыларын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Пәнді оқу регрессиялық және корреляциялық талдау, регрессиялық модельдердің параметрлерін түсіндіру және макро және микро деңгейлердегі экономикалық көрсеткіштерді болжау саласында кеңейтілген және терең білім береді.		
25	Инфографика және коммуникация	Пәнді оқытудың мақсаты-күрделі ақпаратты аудиторияға дейін тез және түсінікті түрде ұсыну арқылы мәліметтерді визуализациялау. Инфографика құралдары экономиканың кез келген саласы үшін медиалық өнімдер жасауға мүмкіндік беретін бейнелерді, графиктерді, диаграммаларды, блок-схемаларды, кестелерді, карталарды, тізімдерді қамтиды. Инфографика компанияның сыртқы және ішкі коммуникациясын жеңілдету үшін тиімді.	5	МК2
	Медиа-коммуникациядағы визуализация	«Медиа-коммуникациядағы визуализация» курсының негізгі мақсаты тиімді медиа-өнімдерді жасау үшін әртүрлі ақпараттың дерексіз ұсынылуында құзыреттіліктер мен жеке шығармашылық стилін қалыптастыруды қамтамасыз ету болып табылады.		
26	«Сандық маркетинг» пәнаралық курсы	Курс студенттерде жаңа инновациялық ойлауды қалыптастыруға, онлайн және офлайн байланыс арналарын (әлеуметтік желілер, мобильді қосымшалар, youtube, көше дисплейлері, сандық теледидар, жарнамалық қалқандар, QR-коды және т. б. бар POS-материалдар) кешенді біріктіру арқылы мақсатты тұтынушылармен тиімді өзара қарым-қатынасты талдау және құру үшін сандық технологияларды білуге бағытталған.)	5	МК2
	Контент маркетингі және әлеуметтік медиа маркетингі	Пән ұйымның маркетинг құрылымындағы әлеуметтік медиа маркетингінің орнын білуге мүмкіндік береді; әлеуметтік желілердегі маркетинг саласындағы кәсіби терминология; әлеуметтік желілердегі маркетингтің заманауи үлгілері мен құралдары; даму тенденциялары, әлеуметтік медиа маркетингі бойынша ағымдағы зерттеулер		
27	Маркетингтік	Пән практикалық жұмыста маркетингтік	4	МК3

	коммуникациялар	коммуникацияларды қолдану тетіктері саласындағы дағдыларды қалыптастырады, компанияны жылжыту стратегияларын іске асыру үшін маркетингтік коммуникация құралдарын қолдануға үйретеді; коммуникация процесін жобалау; сатуды, жарнаманы және маркетингтік коммуникацияның басқа элементтерін ынталандыру әдістерін әзірлеу; маркетингтік коммуникация бағдарламаларының бюджетін есептеу; маркетингтік коммуникацияларды кешенді және элементтік қолдану тиімділігін бағалау технологияларын қолдану.		
	Тұтынушылар тәртібі	Маркетинг жүйесіндегі тұтынушының рөлі. Қажеттіліктерді зерттеудің негізгі тәсілдері. Сатып алу әрекетінің түрлері. Мотивтердің классификациясы. Мотивацияны зерттеу әдістері. Тұтыну нарығы және сатып алу тәртібі. Сатып алудың мінез-құлық үлгілері. Жеке тұтынушының сатып алу әрекеті. Ақпарат көзін табу. Кейбір нарықтардағы ұйымдардың қажеттіліктері үшін сатып алушының мінез-құлқы. Сапа арқылы тұтынушылардың адалдығын қалыптастыру. Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеудің бағыттары. Тұтынушының құндылықтар жүйесін зерттеу. Нарықты сегменттеу. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау.		
28	Баға және баға белгілеу	Бұл пән кәсіпорынды басқару жүйесіндегі баға белгілеудің орны мен рөлін анықтауға мүмкіндік береді; Негізгі баға стратегиялары; әртүрлі нарықтардағы баға белгілеу сипаты; сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы мен икемділігін анықтау. Курсты оқу кәсіпорынның әртүрлі тауарлары мен қызметтерінің бағаларын қалыптастыруға; бағаларды есептеуді жүзеге асыруға; баға белгілеу саласындағы мемлекеттік саясатпен танысуға мүмкіндік береді.	5	МКЗ
	Бухгалтерлік есеп	"Бухгалтерлік есеп" пәні ұлттық есеп жүйесінің теориясы мен тәжірибесінің ақпараттық, аналитикалық және бақылау функцияларын білдіреді. Экономиканың табысты жұмыс істеуі үшін негізгі көзі бухгалтерлік есепте қамтылған деректер болып табылатын жан-жақты, объективті, жедел түсетін ақпарат қажет. Ұйымның өндірістік, жабдықтау және өткізу қызметінде болып жатқан өзгерістер осы ұйымның жұмысын жақсарту және дұрыс басқару шешімдерін қабылдау мақсатында бухгалтерлік есепте тіркеледі. Бұл бухгалтерлік есепті оның барлық деңгейлерінде ақпараттық қамтамасыз етуді беретін өндірісті басқару жүйесінің бір бөлігі етеді.		

29	Қаржы	Пәнді оқытудың мақсаты макро-және микродеңгейде қаржының теориялық және практикалық негіздерін меңгеру болып табылады. Бұл курсты игеру студенттерге қаржылық қатынастар саласындағы ұғымдық аппаратты меңгеруге және экономиканың түрлі аспектілерін реттеуде қаржыны пайдалану мүмкіндігін меңгеруге мүмкіндік береді.	5	МКЗ
	Салық және салық салу	Курстың мақсаты студенттерде елдің салық жүйесі туралы тұтас түсінік қалыптастыру, салық салу саласындағы білімді жүйелеу, жеке салықтарды есептеу әдістемесіне үйрету, микро және макро деңгейде басқару мақсаттары үшін салық ақпаратын пайдалану және талдау дағдыларын алу болып табылады. Курстың мазмұны салықтардың пайда болуы мен қажеттілігінің аса маңызды мәселелерін, салық теорияларын дамытуды, сондай-ақ Қазақстанның салық жүйесін қалыптастыру мен реформалау кезеңдерін қамтиды. Отандық салық жүйесінде арнайы салық режимдерінің жұмыс істеу ерекшеліктері қарастырылады.		
30	Сандық статистика	Пән статистикалық көрсеткіштер жүйесін қолдану және автоматтандыру құралдарының көмегімен алынған ақпаратты өңдеу және талдау қабілетін дамытады. Курс статистикалық әдістің мәнін және оны қолдану ерекшеліктерін, ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестердің негізгі статистикалық көрсеткіштерін құру әдістерін қарастырады.		
	Әлеуметтік статистика	Пән мәліметтерді жинау, сандық материалды өңдеу, алынған ақпаратты талдау және алынған білімді жоғары белгісіздік режимінде тәжірибеде қолдану әдістерін ашады. Курс Қазіргі кезеңдегі әлеуметтік статистика туралы, Ұлттық шоттар жүйесіндегі үй шаруашылықтарының қызметін зерттеудің негізгі бағыттары туралы, халықтың статистикасы, еңбек нарығы мен еңбек ресурстарының статистикасы, халықтың табысы, шығындары мен тұтынуы туралы білімді игеруге бағытталған. Курс білім беру, Халық денсаулығы және денсаулық сақтау, тұрғын үй нарығы және тұрғын үй жағдайы, халықтың өмір сүру деңгейі және адам дамуы статистикасын ашады.		
Бейіндік пәндер циклі ЖОО компоненті / Таңдау компоненті				
31	Маркетингі басқару	Пән маркетингі басқару мәселелерін зерделеу бойынша дағдылар мен дағдыларды қалыптастырады және корпоративтік маркетингтік қызметтің қазіргі заманғы нысандарымен таныстырады; басқару саласындағы маркетингтік тұжырымдамалардың категориялық аппаратын қалыптастырады; мақсатты нарықтарды таңдауды басқару, сегменттеу, тұтынушылық мінез - құлықты модельдеу, бәсекелестік артықшылықты таңдау мәселелерін қарастырады; маркетинг құралдарын-тауар, баға саясатын, бөлу және коммуникация саясатын басқаруды зерттейді.	6	МКЗ-5



32	Халықаралық маркетинг	Пән халықаралық даму стратегиясын қарастыратын шетел мемлекеттерінің нарығындағы компанияның маркетингтік қызметін зерттейді. Пәнді оқыту мақсаты - студенттерге халықаралық маркетингтің ерекшелігі, фирманың халықаралық қызмет ортасының ерекшеліктері, шетел нарығындағы жұмыс стратегиясы мен тактикасы туралы теориялық Дағдылар мен білім беру. Жаһандану үдерістерін тереңдетуге және жеделдетуге халықаралық маркетингтің әсері талданады	5	МК3
33	Маркетингтік зерттеу	Пән заманауи технологияларды қолдана отырып, ұйымның, тауарлар нарығының, бәсекелестер мен тұтынушылардың ішкі ортасын зерттейді, бұл мақсатты аудиторияны, оның қажеттіліктері мен себептерін түсінудің ең оңтайлы жолын табуға мүмкіндік береді. Студент зерттеу және аналитикалық жұмыс дағдыларын игереді	5	МК3-5
34	Жарнама (advertising)	Пән жарнаманың пайда болу тарихы, тауарлар мен қызметтерді жарнамаға қойылатын мақсаттар, міндеттер мен талаптар туралы білімді қалыптастырады; жарнамалық науқандарды ұйымдастыру және оның тиімділігін бағалау, сұранысты қалыптастыру және ынталандыру дағдыларын береді. Мақсатты аудиторияға ақпарат беру; жарнама қызмет көрсету дағдыларын үйретеді; өнімді пайдаланудың мақсаттары мен тәсілдері туралы білімді кеңейтеді, тауар туралы жағымды әсер етеді.	6	МК3
	Медиа-жоспарлау	Пәнді меңгеру мақсаты медиа-жоспарлау технологиясын оқу, сонымен қатар студенттерде қажетті білім мен дағдылардың негізгі жиынтығын қалыптастыру медиа-жоспарлар әзірлеу. Тәртіп сіздің нақтылауға көмектеседі білім, теориялық меңгерту негізінде және нақты жарнама және PR науқандары үшін медиа-жоспарларды іс жүзінде жасауды үйреніңіз.		
35	PR теориясы мен тәжірибесі	Пән PR қызметінің теориялық негіздерін, жарнама және жұртшылықпен байланыс саласындағы жұмыс дағдыларын үйренеді; бизнес құрылымдар мен кәсіпорындардың өзара іс-қимылының түрлері мен тәсілдерін меңгеруге көмектеседі әлеуметтік-мәдени сала.	6	МК3
	Брендинг теориясы	Пәннің мақсаты – фирмалардың қызметіндегі брендтердің рөлі мен мақсатын түсіну, брендті қалыптастырудың принциптері мен технологияларын зерттеу. Тәртіп беруді мақсат етеді студенттер фирмалардың брендтерді қалай жасайтыны, оларды дамыту үшін қандай стратегияларды қолданатыны және компаниялар өз брендтерін қалай басқаратыны туралы		

		тұтас көзқарас.		
36	Нейромаркетинг	Пәннің мақсаты-білім алушыларда тұтынушылардың шешім қабылдауының негізінде жатқан заманауи нейротехнологияларды пайдаланудың негізгі мүмкіндіктері мен проблемаларын және олардың маркетингтік әрекеттерге (брендинг, Жарнама, дизайн және орау, ассортимент, баға белгілеу және т.б.) реакцияларын қалыптастыру, сондай-ақ нейробейнелеу, нейростимуляция және нейромаркетинг әдістері арқылы басқарушылық шешімдерді негіздеу қабілетін дамыту.	5	МК5
	Экологиялық маркетинг	Курс студенттердің экологиялық маркетингтің мәні туралы білімдерін қалыптастыруға арналған; жасыл бизнестің заманауи тұжырымдамалары. Жасыл технологиялардың тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін және тұтынушылар арасында экологиялық таза және қауіпсіз өнімді қабылдауға дайындығын зерттеу		
37	Банктік маркетинг	Пән коммерциялық банк қызметін басқару саласындағы дағдылар мен практикалық дағдыларды қалыптастырады. Студенттер банктік маркетингтің ерекшеліктерін және банк өнімінің ерекшеліктерін зерттейді, банк секторындағы капитал нарығында болып жатқан процестерді талдайды, бағалы қағаздар нарығы. Банктік сату көлемін кеңейтуге және пайданы арттыруға бағытталған шешімдерді әзірлеу дағдылары қалыптасуда		
	Туризм маркетингі	Бұл курс Туризм саласындағы маркетингтік құралдарды бейімдеудің заманауи тәсілдерін қарастырады. Пән студенттерде туризм саласындағы маркетингтің табиғаты, міндеттері, функциялары, идеологиясы және құрылымы туралы кешенді түсінік қалыптастырады, туризм маркетингінің тарихи аспектілерімен, туризм маркетингінің функцияларымен, туризм саласындағы маркетинг кешенімен, Қазақстандағы туризм маркетингінің ерекшеліктерімен таныстырады.	5	МК4
38	Маркетинг спортта және дене шынықтыруда	Пән спорт индустриясында және дене шынықтыру саласында қолданылатын маркетингтің принциптері мен тәжірибелерін зерттейді. Студенттер спорт нарығының ерекшелігі, спорттық қызметтер мен тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқының ерекшеліктері туралы білім алады, сондай-ақ спорт ұйымдары, клубтар, фитнес-орталықтар, спорт залдары, Спорттық іс-шаралар және спорт пен дене шынықтыру саласындағы басқа да құрылымдар үшін тиімді маркетингтік стратегияларды әзірлеуді және іске асыруды үйренеді.	5	КК
	Ивент-маркетинг	Пәннің мақсаты-табысты болудың негізгі құралдарының бірі ретінде оқиғалар туралы жан-жақты түсінік қалыптастыру		

		коммуникациялық стратегия. Студенттерде оларды дайындау мен іске асырудың барлық кезеңдерінде, сондай-ақ өнімнің / компанияның бүкіл өмірлік циклі бойында оқиғаларды кәсіби пайдалану және басқару қажеттілігі туралы түсінік қалыптастыру; бәсекелестердің өткізген оқиғаларын және өз оқиғаларын сыни бағалауға үйрету, сондай-ақ оқиғаларды бағалау мен дамытуды жүргізу; оқиғаларды жоспарлау дағдыларын, сондай-ақ оларды одан әрі жетілдіру мен дамытуды дамыту; оқиғаларды үйрету студенттер оқиғалардың тиімділігін бағалау үшін әр түрлі тәсілдерді қолданады.		
39	Мейрамхана және қонақ үй маркетингі	Курс бағдарламасы қонақ үй және мейрамхана бизнесі кәсіпорындарында маркетингті ұйымдастырудың негізгі құрамдас элементтерінің сипаттамасын қамтиды. Студенттер мейрамхана және қонақ үй кәсіпорнының маркетингтік қызметін ұйымдастыру мен басқаруды, дизайн ерекшеліктерін және өнім стратегиясын қалыптастыруды зерттейді, осы бизнестегі маркетингтік коммуникациялардың рөлін талдайды.	5	МК4
	Сервистік маркетинг	Курс қызмет көрсету саласында, маркетинг саласында, қызмет көрсетуге тартылған ұйымдардың маркетингтік қызметінің ерекшеліктерін зерттейтін маркетингтік қызметтің дағдылары мен білімін қалыптастырады. Студенттер қызмет көрсету саласындағы кәсіпорынның маркетингтік саясатын әзірлеудің, қызмет көрсету стандарттарын әзірлеудің, қызмет сапасын өлшеудің теориялық негіздерін үйренеді. Пән жеке тұлғааралық қарым-қатынас және тұтынушылармен тиімді ұстанымдаудың практикалық дағдыларын қалыптастырады		
40	Бизнестен бизнеске маркетинг (B2B)	Курстың негізгі мақсаты - B2B нарығында маркетингтік қызметті құру ерекшеліктерімен таныстыру, B2B сферасында дағдыларды қалыптастыру, қоршаған орта мен компания қызметінің өзгерістерін болжай білу, сонымен қатар ағымдағы маркетингтің әсерін есептеу. әрекеттер.	5	МК5
	Өнеркәсіптік маркетинг	Бұл пән өнеркәсіптік тауарлар нарығындағы маркетинг қызметінің ерекшеліктерін, өнеркәсіптік нарықтардағы маркетинг қызметінің ерекшеліктерін зерттейді; тауарлардың өмірлік циклінің кезеңдерін ескере отырып, компанияның «өнім портфелін» басқару негіздері. Өнеркәсіптік өнімдер нарығында жұмыс істейтін кәсіпорынның маркетингтік жоспарларын құру дағдыларын қалыптастырады		

41	Тәжірибелік маркетинг	Курс қазіргі жағдайда маркетингтік қызметті практикалық жүзеге асыру бойынша кәсіби білім, білік және дағдыларды қалыптастыруға арналған. Пән өнімді жетілдіру, тарату арналарын таңдау және ұйымдастыру, өнімге сұранысты арттыру арқылы өткізуді ынталандыру процесі туралы білім береді.	5	МК5
	Стратегиялық маркетинг	Пән фирманың нарықтағы орнын анықтауға, сондай-ақ тауарлар мен қызметтерді өндірушіден тұтынушыларға жылжыту стратегиясына бағытталған. Бұл курс Жаңа тауар өндірісін бастауды немесе қызмет көрсетуді жоспарлау кезінде тұтынушылардың ережелерін, қалаулары мен талаптарын талдауға мүмкіндік береді.		
42	Маркетинг жүйесіндегі өнімді бөлу	Пән өнімді жылжыту саласындағы құралдарды қолдануды жүзеге асыру шеңберінде қалыптастыру және басқару үшін білімдерді дамытады. Пән өнімді таратудың бүкіл циклі бойынша – өнімнің идеясы мен дамуынан бастап оны түпкілікті тұтынушыға өткізуге дейін және сатудан кейінгі өзара әрекеттесу жүйесін дамытуға дейін компаниялардың маркетингтік жұмысын ұйымдастырудың теориясы мен тәжірибесін зерттейді.	5	МК5
	Сауда-саттық және сауда маркаларын басқару	Пән мерчандайзинг бағдарламасын әзірлеу дағдыларын қалыптастырады; сауда залының кеңістігін ұйымдастыру және тауарларды орналастыру; тауар санатының ерекшелігіне, нарықтық жағдайға бейімделген жүйені құру; бакалаврларды бизнес-практикада, оның маркаларына тұтынушылардың ұзақ мерзімді адалдығын қалыптастыру тәсілдерін, құралдарын қолдануға дайындайды.		
43	Өндірістік практика	Кәсіпорынның басқару құрылымы мен жұмысын ұйымдастыру принциптерін білуді білдіреді, маркетингтік зерттеулер жүргізудің теориялық дағдыларын бекітеді; нормативтік-құқықтық және қызметтік құжаттаманы зерделеу; кәсіпорынның жарнамалық қызметімен танысу; мерчендайзер, маркетологтың көмекшісі функцияларын орындау арқылы кәсіпорынға практикалық көмек көрсету. Студент келіссөздер жүргізуге, іскерлік хат алмасуға, кәсіпорынның басқа бөлімшелерімен байланысуға қабілетті	5	МК3,4,5
44	Өндірістік практика	Өндірістік практика жоғары тұрған және мемлекеттік ұйымдармен кәсіби қарым-қатынас жасауға; кәсіпорынның миссиясын, мақсаттары мен міндеттерін тұжырымдауға; кәсіпорындағы маркетинг қызметінің міндеттері мен функцияларын игеруге; жарнамалық қызметті талдауға және жүзеге асыруға, тауарлар мен қызметтерді ілгерілету жөніндегі іс-шараларға қатысуға; әлеуетті бәсекелестерді саралауға және өткізу нарықтарын талдауға; есептік құжаттаманы жасау дағдыларына ие болуға мүмкіндік береді	10	МК4,5
45	Диплом алдындағы	Диплом алдындағы практика теориялық	5	МК5

	практика	білімді бекіту және бітіру біліктілік жұмысын орындау үшін материал жинау; қойылған міндеттерді шешуде дағдыларды игеру; маркетингтік зерттеулер жүргізу тәжірибесін бекіту және стратегиялық жоспарлар жасау тәжірибесін әзірлеу; ғылыми-зерттеу жұмысының дағдыларын бекіту, кәсіпорын қызметінің экономикалық көрсеткіштерін талдау және жоспарлау үшін қажет.		
--	----------	---	--	--

#### 4 білім беру бағдарламасының құзыреттері мен оқыту нәтижелері

##### 4.1 оқыту құзыреттері мен нәтижелерінің тізбесі

Құзыреттілік шифры	Құзыреттіліктің мазмұны	Оқу нәтижесінің шифры	Білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижесінің мазмұны	Пәндер
<b>МК1</b>	Көпмәдениеттілік, көп тілділік және көп өлшемді қатынастар мен өзара әрекеттесу жағдайында экологиялық ойлау принциптері негізінде тұлғаның әлеуметтік-мәдени және физикалық даму қабілеті	ОН1	Қазақстанның даму тарихын сыни тұрғыдан түсінуді біледі және біледі, өзгермелі әлеуметтік-мәдени жағдайларда тиімді әлеуметтену және бейімделу үшін әлеуметтік-саяси білімді қолданады; дене шынықтыру және экологиялық мәдениеттің әдістері мен құралдарын қолданады, Төтенше жағдайлар кезінде қауіпсіздік пен қорғауды қамтамасыз етеді, Сыбайлас жемқорлыққа қарсы төзбеушілікті қалыптастырады. Үй шаруашылығы, фирма, ұлттық және әлемдік экономика деңгейіндегі экономикалық құбылыстардың негізгі түсініктері мен теориялық ережелерін зерттейді.	Қазақстан Тарихы Философия Қазақ тілі Әлеуметтік-саяси білім модулі (Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология) "Мәңгілік ел құндылықтары"МК экономикалық теориясы Дене шынықтыру
		ОН2.	Қазақ, орыс және шет тілдерінде ауызша және жазбаша қарым-қатынасты жүзеге асырады; халықаралық кәсіби ортаға интеграциялау үшін кәсіби бағдарланған тілдік дағдыларды жетілдіреді.	Шет тілі "Кәсіптік бағдарланған тіл" МК Қазақ тілі Оқу практикасы Минор"Тіл және кәсіби коммуникация"
		ОН3.	"Жасыл экономиканы" өндіру және дамыту қабілетін көрсетеді. Қауіпті және зиянды факторларды сәйкестендіреді және олардың әсерін талдайды. Экологиялық проблемаларды шешу үшін әртүрлі әдістерді, экологиялық тепе-теңдікті сақтауды көздейтін және тіршілік қауіпсіздігін қамтамасыз ететін қазіргі заманғы ғылыми білімді қолданады.	Экология және тіршілік қауіпсіздігі Экологиялық маркетинг Оқу практикасы
<b>МК2.</b>	Экономикалық білімнің негіздерін меңгеру, Маркетинг, менеджмент, қаржы туралы ғылыми түсініктерге ие болу. Маркетинг тәжірибесінде нарықты сегменттей білу, тауар, баға, сату және коммуникативтік саясатты әзірлеу және жүзеге асыру	ОН4	Кәсіби есептерді шешу үшін пәнаралық контексте Негізгі математикалық білімді көрсетеді және қолданады. Маркетинг және маркетингтік зерттеулер саласындағы Математикалық талдау және модельдеу әдістерін қолдана отырып есептерді шеше алады	Экономикадағы Математика Деректерді талдау және экономиканы болжау Эконометрика (Econometrics)
		ОН5	Цифрлық технологияларды, жасанды интеллект құралдары мен жүйелерін пайдалана отырып, бизнес және басқару саласында кәсіби функцияны жүзеге асыруға қабілетті; тауар мен қызмет туралы көрнекі ақпаратты ресімдейді, орналастырады және көрсетеді. Маркетингтің онлайн құралдарын қолдана алады және оларды жарнамалық, PR және BTL нақандарын жүргізу кезінде қолдана алады	Ақпараттық коммуникациялық технологиялар Инфографика және байланыс Медиакоммуникациядағы Визуализация "Digital-маркетинг"ЖК Мазмұн маркетингі және әлеуметтік медиа маркетингі

				Сандық статистика
<b>МК3</b>	Кәсіпорынның стратегиялық жоспарларын ескере отырып, маркетингтік зерттеулер бағдарламасын қалыптастыру; маркетингтік құралдарды қолдану, соның ішінде жаңа идеялар жасау және брендтерді жылжыту.	ОН6	Кәсіпкерлік қызметті басқарудың негізгі элементтері бойынша білімдерін көрсетеді: құқықтық, ұйымдастырушылық және жоспарлау; микро- және макро-деңгейлердегі экономиканың іргелі аспектілерін талдайды; мүдделі тараптарға қаржылық және басқару апаратын талдайды және ұсынады	Майнорлар Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл негіздері Микроэкономика Макроэкономика Статистика Салықтар және салық салу (Taxes and taxation); Қаржы Бухгалтерлік есеп, Сандық статистика, Әлеуметтік статистика, Банктік маркетинг Халықаралық маркетинг Өндірістік практика Менеджмент
		ОН7	Маркетинг кешені, портфельдік талдау, стратегиялық талдау және коммуникациялар сияқты маркетингтің негізгі теориялары мен принциптерін жіктей және талдай алады; нарықты сегменттеу, мерчандайзинг, тұтынушылардың шешім қабылдау процесі туралы ақпарат алудың негізгі теориялары мен құралдарын сипаттау және қолдану. Баға белгілеу механизмін, өнім/қызметтің жарнамалық шығындарын бөлуді талдайды; іскерлік коммуникацияларды жүзеге асырады, бизнес-жоспарлауды ұйымдастыру принциптерін біледі; ұйымның бизнес-процестерін құруға қатыса алады.	Маркетинг (Маркетинг) Майнорлар Маркетингті басқару Маркетингтік коммуникациялар Көтерме және бөлшек сауда Брендинг теориясы; PR теориясы мен практикасы (қоғамдық қатынастар) Жарнама Медиа жоспарлау - Тұтынушылардың мінез-құлқы
<b>МК4</b>	Салалық ерекшеліктерді ескере отырып, ұйымдардың маркетингтік қызметін ұйымдастыру, нарықтық жағдайды жоспарлау және болжау, экономикадағы мемлекеттік сектордың орны мен рөлін білу,	ОН8	Ұйымның маркетингтік қызметіне талдау жасайды; жаңа тауарлар мен қызметтерді құру және қолданыстағы қызметтерді жетілдіру бойынша идеяларды іздеуді және әзірлеуді жүзеге асырады; ұйымның сыртқы ортасын, оның ішінде әлемдік нарықты талдайды, ұйымның нақты және әлеуетті мүмкіндіктерін анықтайды, нарықты талдайды және әлеуетті бәсекелестерді зерттейді	Майнорлар Банктік маркетинг Халықаралық маркетинг Маркетингтік зерттеулер
		ОН9	Менеджмент және бизнес саласындағы кәсіби функцияларды жүзеге асыру үшін маркетингтің, болашақты болжаудың және деректерді талдаудың функционалдық салаларындағы негізгі тұжырымдамаларды, парадигмаларды және теориялық әзірлемелерді біріктіруге қабілетті; алға қойылған мақсаттарға жету үшін орындаушылардың шағын ұжымдарының жұмысын ұйымдастыруға; маркетингтік зерттеулер жоспарын әзірлеуге қабілетті	Мейрамхана және қонақ үй маркетингі Қызмет маркетингі - Туризм маркетингі Спорттағы Маркетинг Өндірістік практика
<b>МК5</b>	Кәсіби міндеттерді тұжырымдау және шешу қабілеті; өзін-өзі тәрбиелеу және кәсіби мансабын жетілдіру қабілеті	ОН10	Маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістерін түсіндіруді, таңдауды және қолдануды біледі, мидың подсознание реакциялары негізінде оларды ілгерілетуге байланысты іс-шаралар кешенін талдайды. Өнім беру және компаниялар арасында пайда табу мақсатында маркетингтік стратегияларды, жарнамаларды, деректерді талдауды талдайды; жасыл технологияның тұтынушылардың мінез-	Нейромаркетинг Стратегиялық маркетинг Практикалық маркетинг- Маркетингті басқару Өнеркәсіптік маркетинг Маркетинг жүйесіндегі тауар жылжыту- Сауда және сауда маркаларын басқару B2B маркетинг- Диплом алдындағы



### 4.3 Құзыреттілікті қалыптастыру картасы

№ п.п.	Құзыреттілік шифры	Пән коды	Құзыреттілікті қалыптастыратын Пәндердің атауы	МК/ЖК/ТК	Несиелердегі көлем	Сағ саны	Нәтижеге қол жеткізуді бағалау нысаны	
	<b>МК1</b>	ASMP2022	Әлеуметтану, Саясаттану, Мәдениеттану, Психология	МК	8	240	тестілеу (КТ)	
		КТ-2022	Қазақстан Тарихы	МК	5	150	Мем.емтихан	
		Fil 2022	Философия	МК	5	150	тестілеу (КТ)	
		K(O) Ya 2022	Қазақ (орыс) тілі	МК	10	300	Ауызшы емтихан	
		ShT 2022	Шет тілі	МК	10	300	Аралас емтихан	
		KBT PK2022	"Кәсіптік-бағдарланған тіл" пәнаралық курсы	ЖК	6	180	Аралас емтихан	
		DSh 2022	Дене шынықтыру	МК	8	240	Диф.сынақ	
		SZhKIKN2022	Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл негіздері (Basis of anticorruption) пән аралық курсы	ТК	5	150	Емтихан	
		ET 2022	Экономикалық теория					
		PKETK 2022	"Экология және тіршілік қауіпсіздігі" пәнаралық курсы					
	<b>МК2</b>	AKT 2022	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	МК	5	150	тестілеу	
		OP 2022	Оқу практикасы	ЖК	1	30	Есеп	
		ME 2022	Экономикадағы Математика	ЖК	4	120	тестілеу (КТ)	
		DTEB 2022	Деректерді талдау және экономиканы болжау	ТК	5	150	тестілеу (КТ)	
		Eko (Eco) 2022	Эконометрика (Econometrics)					
		IKom2022	Инфографика және коммуникация	ТК	5	150	Жоба	
		MKV 2022	Медиакоммуникациядағы Визуализация					
		SM PK 2022	"Digital-маркетинг" пәнаралық курсы	ТК	5	150	тестілеу	
		KM AMM 2022	Контент маркетингі және әлеуметтік желі маркетингі					
	<b>МК3</b>	Mik.2022	Микроэкономика	ЖК	4	120	тестілеу (КТ)	
		Mac 2022	Макроэкономика	ЖК	5	150	Жазбаша емтихан	
		Men(Man)2022	Менеджмент (Management)	ЖК	5	150	тестілеу	
		Mar (Mar) 2022	Маркетинг (Marketing)	ЖК	5	150	тестілеу	
		KHM2022	Халықаралық маркетинг	ЖК	5	150	тестілеу (КТ)	
		FKar 2022	Қаржы					
		SzhSS (TT) 2022	Салықтар және салық салу (Taxes and taxation)	ТК	5	150	тестілеу	
		TM 2022	Тұтынушылардың мінез-құлқы	ТК	4	120	тестілеу	
		MK 2022	Маркетингтік коммуникациялар					
		BZhB 2022	Бағалар және баға белгілеу	ТК	5	150	емтихан	
		BE 2022	Бухгалтерлік есеп					
		SS2022	Сандық статистика	ТК	5	150	емтихан	
		AS2022	Әлеуметтік статистика					
		MaiTKKBKSAT2022	Майнор" Тіл және кәсіби коммуникация " бизнес және кәсіпкерлік саласындағы ағылшын тілі	ТК	5	150	емтихан	
MaiTKKATM2022	Майнор" Тіл және кәсіби коммуникация " ағылшын	ТК	5	150	емтихан			



			тілі және мансап				
		MaiTKKAK2022	Майнор "Тіл және кәсіби коммуникация" әлеуметтік коммуникация	ТК	5	150	емтихан
		MaiTKKK2022	Майнор "Тіл және кәсіби коммуникация " Конфликтология	ТК	5	150	емтихан
		OP 2 Mar	Өндірістік практика	ЖК	5	150	Есеп
<b>МК4</b>		MВ 2022	Маркетингті басқару	ЖК	6	180	емтихан, Курс. жұмыс
		MZ 2022	Маркетингтік зерттеулер	ЖК	5	150	емтихан, Курс. жұмыс
		ККВТ PR 2022	Қоғамдық қатынастар және брендинг теориясы	ТК			тестілеу (КТ)
		ВТ 2022	Брендинг теориясы		4	120	
		В2В Mar 2022	В2В маркетингі	ТК	5	150	тестілеу
		OMar 2022	Өнеркәсіптік маркетинг				
		NM 2022	Нейромаркетинг	ТК	5	150	тестілеу
		EM 2022	Экологиялық маркетинг				
		PM 2022	Практикалық маркетинг	ТК	5	150	тестілеу
		SMar 2022	Стратегиялық маркетинг				
		Zar (A)2022	Жарнама (advertising)	ТК	6	180	жоба
		MZh2022	Медиа жоспарлау				
		PRTP 2022	PR теориясы мен практикасы (қоғамдық қатынастар)	ТК	8	240	жоба
		BT 2022	Брендинг теориясы				
		OP 3 Mar	Өндірістік практика	ЖК	5	150	Есеп
	OP 4 Mar	Өндірістік практика	ЖК	10	300	Есеп	
<b>МК5</b>		PP 4Mar	Өндірістік практика	ЖК	10	300	Есеп
		MZhtZh 2022	Маркетинг жүйесіндегі тауар жылжыту	ТК	5	150	тестілеу
		SSMB 2022	Сауда және сауда маркаларын басқару				
		SM 2022	Спорттағы Маркетинг	ТК	5	150	тестілеу
		BM 2022	Банктік маркетинг				
		TM 2022	Туризм маркетингі				
		OP4 2022	Өндірістік практика	ЖК	10	300	Есеп
		DAP 2022	Диплом алдындағы практика	ЖК	5	150	Есеп
		Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтиханды дайындау және тапсыру		12	360		

## 5. Білім беру бағдарламасын дамыту тұжырымдамасы

Мақсат 1: Сыртқы орта талаптарына сәйкес білім беру қызметін жетілдіру	Нысаналы индикатор: Болон процесінің негізгі параметрлеріне сәйкес Университеттің жұмыс істеуі	бірлі к.	Жоспарлы кезеңде				
			Жоспа р 2024-2025	Жоспа р 2025-2026	Жоспа р 2026-2027	Жоспа р 2027-2028	Жоспа р 2028-2029
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1.1-міндет</b> Білім беру ортасын жаңғырту және оқыту сапасын арттыру	студенттердің жалпы саны	адам.	50	52	55	55	
	шетелдік студенттердің үлесі	%	10	11	11	12	
	шетелдік сарапшылардың рецензияланатын білім беру бағдарламаларының үлесі	%	100	100	100	100	
<b>1.3-міндет</b> ПОҚ кәсіби деңгейін арттыру	жоғары оқу орнын бітіргеннен кейінгі бірінші жылы мамандығы бойынша жұмысқа орналасқан студенттер үшін	%	80	80	85	85	
	шет тілдерінде оқытылатын пәндер саны	дана.	10	11	11	12	
	PhD дНҚторларының саны	адам.	5	5	5	5	
	ПОҚ, мемлекеттік наградалар, сыйлықтар, гранттар иегерлерінің саны	адам.	5	5	5	5	
	халықаралық тағылымдамадан өткен ПОҚ саны	адам.	6	7	7	7	
	академиялық ұтқырлыққа қатысатын ПОҚ саны	адам	1	2	2	3	
	<b>1.5-міндет</b> Практиканың заманауи формаларын енгізу-бағдарланған оқыту	элективті пәндердің жаңару үлесі	%	15	15	16	16
	пәнаралық оқу курстарының саны	дана	10	10	12	12	
	әзірлеу және іске асыру кезінде өндіріс өкілдері тартылған білім беру бағдарламаларының үлесі	%	100	100	100	100	
<b>2.1-міндет</b> Ғылыми - зерттеу қызметін арттыру университеттің әлеуеті	кафедраның ПОҚ ғылыми жарияланымдарының саны	дана.	34	35	35	36	

	ғылыми-зерттеу тақырыптарын орындауға қатысатын кафедраның ПОҚ үлесі	%	74	75	75	80	
	нөлдік емес импакт-факторы бар журналдардағы ғылыми жарияланымдар саны (Thomson Reuters, SCOPUS, РИНЦ)	дана.	4	5	5	5	
	ҚР БҒМ грифімен жарияланған оқулықтардың саны	дана.	1	2	2	2	
	өнертабыстар, патенттер, лицензиялар саны	дана.	-	1	1	1	
<b>2.2-міндет</b> Ғылыми зерттеулерді қаржыландырудың көп арналы жүйесін құру	ғылыми-зерттеу жобаларының бюджеттік конкурстарының нәтижелері бойынша орындалатын ғылыми тақырыптардың саны	дана.	1	2	2	2	
	студенттердің ғылыми жарияланымдарының саны	дана.	12	12	15	15	
	ғылыми-инновациялық жобалар саны	дана.	1	1	1	1	
	халықаралық конкурстарға, конференцияларға қатысқаны үшін дипломдар мен марапаттар алған СҒЗЖ саны	дана.	2	2	3	3	
	республикалық конкурстарға қатысқаны үшін дипломдар мен наградалар алған СҒЗЖ саны	дана.	1	2	2	2	
	ПОҚ мен студенттердің, магистранттардың бірлескен жарияланымдарының саны.	дана.	7	8	8	10	

## 6. Білім беру бағдарламасын келісу парағы

Лауазымы	Қолы	ТАӘ
Академиялық мәселелер және стратегиялық даму жөніндегі Проректор		э.ғ.д., проф. Накипова Г.Е.
Академиялық даму және жоғары оқу орнынан кейінгі білім департаментінің директоры		э.ғ.к, профессор Даниярова М.Т.
Қаржы, логистика және цифрлық технологиялар факультетінің деканы		э.ғ.к., проф. Серикова Г.С.
Менгерушісі.маркетинг және логистика кафедрасы		э.ғ.к, доцент Мажитова С.К.