

А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік Университеті
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
А.БАЙТҰРСЫНОВА
A. BAITURSYNOV KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY



ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE COURSES

6B04106 Маркетинг / Маркетинг/Marketing

2021 жылдардың жинағы үшін /для набора 2021 г.г.
/ for the admission 2021

Қостанай, 2021

Құрастырушылар / Составители/ Compilers:

Калкабаева А.Е. – аға оқытушысы/ ст.преподаватель/ senior lecturer

Элективті пәндер каталогы.- Қостанай: А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ, 2021.- 70 б.

Каталог элективных дисциплин.- Костанай: КРУ имени А.Байтұрсынова, 2021.- 70с.

Catalog of elective disciplines.- Kostanay: A. Baitursynov KRU, 2021. – 70 p.

Элективті пәндер каталогы қысқаша сипаттамасы, оқыту мақсаты, оқу мазмұны және күтілетін оқу нәтижесі көрсетілген таңдау компонентіне кіретін пәндер тізімін қамтиды. 2021 жылға қабылданған кредиттік технология бойынша оқитын студенттерге арналған.

Каталог элективных дисциплин содержит перечень дисциплин компонента по выбору и их краткое описание с указанием цели изучения, содержания и ожидаемых результатов обучения. Предназначен для студентов, обучающихся по кредитной технологии набора 2021 года.

The catalog of elective courses contains a list of elective component disciplines and a brief description of them, indicating the purpose of study, content and expected learning outcomes. It is designed for students enrolled in credit technology, admission 2018 / admission 2021.

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 24.02.2021 ж. № 2 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтұрсынова, протокол от 24.02.2021 г. № 2

Approved at the meeting of the educational and methodological council of A. Baitursynov KRU, minutes dated 24.02.2021 . № 2

Мазмұны / Содержание / Contents

Кіріспе / Введение / Introduction	4
Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /Распределение элективных дисциплин по семестрам /Distribution of elective courses by semester	5
1 2 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 2 курса Elective courses for 2nd year students..	7
2 3 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 3 курса Elective courses for 3rd year students..	23
3 4 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 4 курса Elective courses for 4th year students..	47

Кіріспе

Элективті пәндер каталогы оқытудың кредиттік жүйесі бойынша құрастырылады. Элективті пәндер каталогы жүйеленген таңдау бойынша пәндер тізімін және олардың қысқа сипаттамасын қарастырады.

Студент мамандықтардың міндетті компонент/жоғары оқу орны компонентінің пәндерін меңгерумен қатар, ұсынылып отырған таңдау бойынша пәндерді таңдап алуы тиіс.

Элективті пәндерді таңдауға эдвайзер кеңес береді. Студент эдвайзермен бірлесе отырып, студенттің жеке оқу жоспарын құру үшін пәндерге жазылу нысанын толтырады.

Құрметті студенттер! Білім беру траекториясының біртұтастығының ойластырылуы Сіздің болашақта маман ретінде кәсіби дайындығыңыздың деңгейіне ықпал ететінін есте сақтауыңыз керек.

Введение

При кредитной технологии обучения разрабатывается каталог элективных дисциплин, который представляет собой систематизированный перечень дисциплин компонента по выбору и содержит краткое их описание.

Наряду с изучением дисциплин обязательного / вузовского компонента, студент должен выбрать для изучения дисциплины компонента по выбору.

Консультации по выбору элективных дисциплин дает эдвайзер. Вместе с ним студент заполняет форму записи студентов на дисциплины для составления ИУП (индивидуального учебного плана).

Уважаемые студенты! Важно помнить, что от того, насколько продуманной и целостной будет Ваша образовательная траектория, зависит уровень Вашей профессиональной подготовки, как будущего специалиста.

Introduction

With credit technology, a catalog of elective courses is developed. A catalog is a systematic list of elective component courses and contains a brief description of them.

Along with studying the required / university component courses, the student must choose an elective course.

Advisers help students make choices of elective courses. Together with their adviser, the student fills out a form to register for courses for an ICP (individual curriculum plan).

Dear students! It is important to remember that the level of your professional training as a future specialist depends on how considered and complete your educational trajectory will be.

Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /

Распределение элективных дисциплин по семестрам / Distribution of elective courses by semester

Пәннің атауы / Наименование дисциплины /Course name	Кредиттер саны / Кол-во кредитов/ Number of credits	Академиялық кезең/ Акад период/ Academic period
Экология және тіршілік қауіпсіздігі / Экология и безопасность жизнедеятельности/ Ecology and Life Safety	5	3
Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері / Основы права и антикоррупционной культуры / Basics of Law and Anti-Corruption Culture		
Экономика және кәсіпкерлік негіздері/ Основы экономики и предпринимательства/ Basics of economics and business		
Көшбасшылық негіздері / Основы лидерства / Basics of Leadership		
Баға орнату / Ценообразование / Pricing	5	4
Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic planning		
Көтерме-бөлшек сауда/Оптово-розничная торговля/Wholesale and retail trade	4	4
Агробизнестің экономикалық негіздері / Экономические основы агробизнеса / Economic bases of agribusiness		
Қосымша білім беру бағдарламасы (Minor) / Дополнительная образовательная программа (Minor)		
Minor		
Дисциплина 1	5	4
Дисциплина 2	5	5
Мерчендайзинг/Мерчендайзинг/Merchandising	5	5
Жоспарлау жүйесі /Система планирования/ Planning system		
Белсенді сату техникасы/Техника активных продаж/Active sales techniques	5	5
Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management		
Бизнесті ұйымдастыру/Организация бизнеса/ Business Organization	5	5
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions		
Қосымша білім беру бағдарламасы (Minor) / Дополнительная образовательная программа (Minor)		
Minor		
Дисциплина 3	5	5
Дисциплина 4	5	6
Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative products and services	5	6
Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management		
Брэнддинг/Брэнддинг/Brending		
Персоналды басқару / Управление персоналом/ Personnel management	5	6

Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis	5	6
Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis		
Логистика /Логистика / Logistics	3	7
Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Fundamentals of strategic management		
Қызмет көрсету саласының маркетингі/ Маркетинг сферы услуг /Service sector marketing	4	7
Бәсекеге қабілеттілігін басқару/Управление конкурентоспособностью/Management of competitiveness		
Интернет-маркетинг / Интернет-маркетинг / Internet Marketing	5	7
Маркетингтегі ақпараттық жүйелер мен модельдеу/ Информационные системы и моделирование в маркетинге / Information systems and simulation in marketing		
Трейд - маркетинг / Трейд -маркетинг / Treid -marketing	5	7
Event-маркетинг/Event-маркетинг/Event-marketing		
Стратегиялық маркетинг / Стратегический маркетинг / Strategic Marketing	5	7
Агромаркетинг / Агромаркетинг / Agromarketing		
Өнеркәсіптік маркетинг/Промышленный маркетинг/Industrial Marketer	3	7
Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management		

1 2 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 2 курса/ Elective subjects for 1st year students

<i>Экология және тіршілік қауіпсіздігі / Экология и безопасность жизнедеятельности/ Ecology and Life Safety</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Техносфера мен табиғи экожүйелер қызметіндегі қауіпті және төтенше қауіпті жағдайларда ескерту қабілеттері және экоқорғау ойлауды қалыптастыру	Формирование экозащитного мышления и способности предупреждения опасных и чрезвычайных ситуаций в функционировании природных экосистем и техносферы	The formation of eco-protective thinking and the ability to prevent dangerous and emergency situations at the functioning of natural ecosystems and the technosphere
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар</p> <p>-экологияның, тіршілік қауіпсіздігі мен тұрақты дамудың негізгі тұжырымдамаларын, антропогендік қызметтің әлеуметтік-экологиялық салдарын түсіну;</p> <p>-олардың жай-күйінің қауіпті деңгейінің туындауының алдын алу үшін табиғи және техногендік жүйелердің дамуы мен орнықтылығының зерделенген заңдылықтарын қолдану;</p> <p>- іске асырылған және ықтимал қауіптердің теріс әсерін және олардың деңгейлерін, антропогендік қызмет тәуекелдерін бағалау;</p> <p>- техносфераның қауіпсіздігін арттыру бойынша іс - шараларды жоспарлау;</p> <p>-өз бетінше жұмыс істеу, командада жұмыс істеу, шешім қабылдау, сыни ойлау, цифрлық және ақпараттық-компьютерлік технологияларды қолдану, ақпаратпен жұмыс істеу дағдыларына ие болу.</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>- понимать основные концепции экологии, безопасности жизнедеятельности, устойчивого развития; социально-экологические последствия антропогенной деятельности;</p> <p>- применять изученные закономерности развития и устойчивости природных и техногенных систем для предупреждения возникновения опасного уровня их состояния;</p> <p>- оценивать негативное воздействие реализованных и потенциальных опасностей и их уровни, риски антропогенной деятельности;</p> <p>- планировать мероприятия по повышению безопасности техносферы;</p> <p>- обладать навыками самостоятельной работы, работы в команде, принятия решений, критического мышления, применения цифровых и информационно-компьютерных технологий, работы с</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>- understand the basic concepts of ecology, life safety, sustainable development; social and environmental consequences of anthropogenic activities;</p> <p>- apply the studied patterns of development and stability of natural and man-made systems to prevent the occurrence of a dangerous level of their condition</p> <p>- assess the negative impact of realized and potential hazards and their levels, risks of anthropogenic activities;</p> <p>- plan measures to improve the safety of the technosphere;</p> <p>- have the skills of independent work, teamwork, decision-making, critical thinking, the use of digital and information and computer technologies, working with information.</p>

	информацией.	
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i>		
Аутэкология. Демэкология. Синэкология. Биосфера-ноосфералық концепциясы. Табиғи ресурстары және оларды тиімді пайдалану. Қазіргі жаһанды экологиялық және әлеуметтік -экологиялық мәселелер. Қоршаған орта және тұрақты даму. Қазақстан тұрақты даму жолында. Жасыл экономика. Қолайлы тәуекелдің концепциясы. Қауіпті және зиянды факторлардың жіктелуі. Төтенше жағдайлар кезіндегі іс-қимылдар реттігі	Аутэкология. Демэкология. Синэкология. Биосферно-ноосферная концепция. Природные ресурсы и рациональное природопользование. Глобальные экологические и социально-экологические проблемы современности. Окружающая среда и устойчивое развитие. Казахстан на пути к устойчивому развитию. Зеленая экономика. Концепция приемлемого риска. Классификация опасных и вредных факторов. Порядок действий при чрезвычайных ситуациях	Autecology. Demecology. Synecology. Biosphere-noosphere concept. Natural resources and environmental management. Current global environmental problems, current social and environmental problems. Environment and sustainable development. Kazakhstan on the way to sustainable development. Green economy. The concept of acceptable risk. Classification of dangerous and harmful factors. The order of actions in emergency situations.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Жокушева З.Г	Кожевников С.К.	Кожевников С.К.

Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері / Основы права и антикоррупционной культуры / Basics of Law and Anti-Corruption Culture

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл бойынша құқықтық білім мен азаматтық ұстаным жүйесін қалыптастыру.	Сформировать систему правовых знаний и гражданской позиции по противодействию коррупции.	To form a system of legal knowledge and civil position on combating corruption.
--	--	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар</p> <p>-Қазақстанның қолданыстағы заңнамасының негізгі ережелерін, Мемлекеттік басқару органдарының жүйесін, сондай-ақ сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың мәнін, себептері мен шараларын түсінетін болады;</p> <p>-оқиғалар мен әрекеттерді заң тұрғысынан талдайды;</p> <p>-нормативтік актілерді қолдану, сондай-ақ сыбайлас жемқорлықтың алдын алудың рухани-адамгершілік тетіктерін қолданады;</p> <p>-меңгеруі тиіс: түрлі құжаттарға құқықтық талдау жүргізу дағдылары, сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті жетілдіру дағдылары;</p> <p>-өз өмірінде сыбайлас жемқорлыққа қарсы құқықтық білімді қолдану;</p> <p>-білуге тиіс: сыбайлас жемқорлықтың мәні және оның пайда болу себептері; сыбайлас жемқорлық құқық бұзушылықтар үшін моральдық-адамгершілік және құқықтық жауапкершілік шаралары;</p> <p>-меңгеруі керек: моральдық сана құндылықтарын іске асыру және күнделікті</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать основные положения действующего законодательства Казахстана, систему органов государственного управления, а также сущность, причины и меры противодействия коррупции; - анализировать события и действия с точки зрения права, - применять нормативные акты, а также задействовать духовно-нравственные механизмы предотвращения коррупции; - владеть навыками ведения правового анализа различных документов, навыками совершенствования антикоррупционной культуры; - применять в своей жизнедеятельности правовые знания против коррупции; - знать сущность коррупции и причины её происхождения; меру морально-нравственной и правовой ответственности за коррупционные правонарушения; - реализовывать ценности морального сознания и следовать нравственным нормам в повседневной практике; работать над повышением уровня антикоррупционной 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the main provisions of the current legislation of Kazakhstan, the system of public administration, as well as the essence, causes and measures to combat corruption; - analyze events and actions from the point of view of law, - apply regulations as well as to strengthen spiritual and moral mechanisms for prevention of corruption; - possess the skills of conducting legal analysis of various documents, skills of improving the anti-corruption culture; - apply legal knowledge against corruption in their life activities; - know the essence of corruption and the reasons for its origin; the measure of moral and legal responsibility for corruption offenses; - to implement the values of moral consciousness and follow moral norms in everyday practice; to work to increase the level of anti-corruption culture among young people.
--	--	--

<p>практикада адамгершілік нормаларын ұстану; жастар арасында сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет деңгейін арттыру бойынша жұмыс жасау.</p>	<p>культуры в молодежной среде.</p>	
<p><i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i></p>		
<p>Мемлекет пен құқықтың негізгі ұғымдары мен категориялары. Құқықтық қарым-қатынастар. ҚР конституциялық құқығының негіздері. ҚР Әкімшілік және қылмыстық құқық негіздері. ҚР Азаматтық құқық негіздері. "Сыбайлас жемқорлық" ұғымының теориялық-әдіснамалық негіздері. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл шарты ретінде қазақстандық қоғамның әлеуметтік-экономикалық қатынастарын жетілдіру. Сыбайлас жемқорлық мінез-құлық табиғатының психологиялық ерекшеліктері. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті қалыптастыру. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл мәселелерінде мемлекет пен қоғамдық ұйымдардың өзара іс-қимылы.</p>	<p>Основные понятия и категории государства и права. Правовые отношения. Основы конституционного права РК. Основы административного и уголовного права РК. Основы гражданского права РК. Теоретико-методологические основы понятия «коррупции». Совершенствование социально-экономических отношений казахстанского общества как условия противодействию коррупции. Психологические особенности природы коррупционного поведения. Формирование антикоррупционной культуры. Взаимодействие государства и общественных организаций в вопросах противодействия коррупции.</p>	<p>Basic concepts and categories of state and law. legal relations. Fundamentals of the Constitutional law of the Republic of Kazakhstan. Fundamentals of administrative and criminal law of the Republic of Kazakhstan. fundamentals of civil law of the republic of kazakhstan. theoretical and methodological foundations of the concept of "corruption". improvement of socio-economic relations of the kazakh society as a condition for combating corruption. psychological features of the nature of corrupt behavior. formation of an anti-corruption culture. Interaction of the state and public organizations in the fight against corruption.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Байтасова М.Ж.</p>	<p>Аубакирова З.Б.</p>	<p>-</p>

<i>Экономика және кәсіпкерлік негіздері/ Основы экономики и предпринимательства/ Basics of economics and business</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Салауатты экономикалық ойды, бәсекелестік ортада кәсіпорындардың табысты кәсіпкерлік қызметін ұйымдастырудың теориялық және тәжірибелік дағдыларын қалыптастыру.	Формирование экономического образа мышления, теоретических и практических навыков организации успешной предпринимательской деятельности предприятий в конкурентной среде	Formation of an economic way of thinking, theoretical and practical skills of organization of successful entrepreneurial activity of enterprises in a competitive environment
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты аяқтағаннан кейін студенттер менгереді - қазіргі заманғы экономика принциптері мен заңдылықтардың қызмет етілуін, экономикалық категориялар, микро және макродеңгейдегі ұғымдық аппаратты түсінеді; - экономикалық жағдайды талдайды; - кәсіпкерлік қызметтің осы немесе басқа түрлерінің базалық процестерін белгілейді; - табысты кәсіпкерлік қызметіне мінездеме береді; - бизнес-жоспарды құрады және ұсынады; - алған білімдерін пайдалы кәсіпкерлік қызмет үшін қолданады; - кәсіпкерлік қызметті экономикалық және әлеуметтік басқару саласында дұрыс шешім қабылдай алады.	После завершения курса обучающиеся будут - понимать принципы и законы функционирования современной экономики, экономические категории, понятийный аппарат на микро- и макроуровнях; - анализировать экономическую ситуацию; - выделять базовые процессы того или иного вида предпринимательской деятельности; - давать характеристику успешности предпринимательской деятельности; - составлять и презентовать бизнес-планы; - применять полученные знания для построения прибыльной предпринимательской деятельности -принимать правильные решения в области экономического и социального управления предпринимательской деятельности	After successful completion of the course, students will be - understand the principles and laws of the functioning of the modern economy, economic categories, conceptual apparatus at the micro and macro levels; - analyze the economic situation; - identify the basic processes of a particular type of business activity; - give a description of the success of entrepreneurial activity; - create and present business plans; - apply the acquired knowledge to build a profitable business activity -make the right decisions in the field of economic and social management of business activities
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i>		
Экономика қызмет етуінің іргелі мәселелері. Капитал. Сұраныс пен ұсыныс нарығы. Бәсекелестік және монополия. Кәсіпкерлік: түсінігі, мәні, негізгі түрлері және	Фундаментальные проблемы функционирования экономики. Капитал. Рынок Спрос и предложение. Конкуренция и монополия. Предпринимательство:	Fundamental problems of the functioning of the economy. Capital. Market supply and Demand. Competition and monopoly. Entrepreneurship: the concept, essence, main types and forms of

<p>ұйымдастыру нысандары. Кәсіпкерлік қызметтегі тәуекелдер. Коммерциялық құпия және оны қорғау тәсілдері. Кәсіпкерлік қызметті қаржыландыру. Кәсіпкерлік мәдениеті және этикасы.</p>	<p>понятие, сущность, основные виды и формы организации. Риски в предпринимательской деятельности. Коммерческая тайна и способы ее защиты. Финансирование предпринимательской деятельности. Культура и этика предпринимательства.</p>	<p>organization. Risks in business activities. Trade secrets and ways to protect them. Financing of business activities. Culture and ethics of entrepreneurship.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Баязитова И.А.</p>	<p>Нурахметова Г.С.</p>	<p>Баязитова И.А.</p>

<i>Көшбасшылық негіздері / Основы лидерства / Basics of Leadership</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
студенттердің көшбасшылық қасиеттерді, стильдерді, кәсіпорын, аймақ және жалпы ел деңгейінде әсер ету әдістерін тиімді пайдалану арқылы адамдардың мінез-құлқын және өзара әрекеттесуін тиімді басқару әдістемесі мен практикасын меңгеру	овладение студентами методологией и практикой эффективного управления поведением и взаимодействием людей путем эффективного использования лидерских качеств, стилей, методов влияния на уровне предприятия, региона и страны в целом	mastering the methodology and practice of effective management of people's behavior and interaction by effective use of leadership qualities, styles, methods of influence at the level of the enterprise, region and country as a whole
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - басқарудың барлық деңгейлеріндегі ұйымдардағы көшбасшылық мәселелерін теориялық және практикалық шешуге ғылыми көзқарастың мәні мен әдістерін түсіну; - басқарушылық міндеттерді шешу үшін көшбасшылық пен биліктің негізгі теорияларын қолдану; - жеке басының артықшылықтары мен кемшіліктерін сыни бағалау; - ұжымда жұмыс істеу; әлеуметтік маңызды мәселелер мен үдерістерді талдау, топтық динамика үдерістерін және команданы қалыптастыру қағидаттарын білу негізінде топтық жұмысты тиімді ұйымдастыру; - тұлғааралық, топтық және ұйымдастырушылық коммуникацияларды талдау және жобалау - іскерлік қарым-қатынас дағдыларына ие болу; әр түрлі жағдайларға байланысты басқарудың алуан түрлі стильдеріне ие болу; көшбасшылық қасиеттерді зерттеу 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать сущность и методы научного подхода к теоретическому и практическому решению проблем лидерства в организациях на всех уровнях управления; - использовать основные теории лидерства и власти для решения управленческих задач; - критически оценивать личные достоинства и недостатки; - работать в коллективе; анализировать социально значимые проблемы и процессы, эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды; - анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации - обладать навыками делового общения; многообразными стилями управления в зависимости от различных ситуаций; методами и методиками исследования лидерских качеств, технологиями развития 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the essence and methods of the scientific approach to the theoretical and practical solution of leadership problems in organizations at all levels of management; - use the basic theories of leadership and power to solve management problems; - critically evaluate personal strengths and weaknesses; - work in a team; analyze socially significant problems and processes, effectively organize group work based on knowledge of the processes of group dynamics and the principles of team formation; - analyze and design interpersonal, group and organizational communications; - possess business communication skills; diverse management styles depending on different situations; methods and techniques for studying leadership qualities, technologies for developing leadership abilities

әдістері мен әдістемелеріне, көшбасшылық қабілеттерді дамыту технологияларына ие болу	лидерских способностей	
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i>		
Көшбасшылықтың табиғаты мен мәні. Көшбасшылық және менеджмент. Көшбасшылықтың дәстүрлі концепциялары. Көшбасшылықтың инновациялық концепциялары. Топтар, командалар және команда құру. Көшбасшының дамуы. Өзгерістерді жүзеге асыру кезіндегі көшбасшылық. Көшбасшылық мәселелері.	Природа и сущность лидерства. Лидерство и менеджмент. Традиционные концепции лидерства. Инновационные концепции лидерства. Группы, команды и командообразование. Развитие лидера. Лидерство при осуществлении изменений. Проблемы лидерства.	The nature and essence of leadership. Leadership and management. The traditional concept of leadership. The innovative concept of leadership. groups, teams, and team building. The development of a leader. leadership in implementing change. The issue of leadership.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Есімхан Г.Е.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

<i>База орнату / Ценообразование / Pricing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Білім алушыларда мамандық бойынша кәсіби қызмет жүйесінде қазіргі кезеңде баға белгілеу саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области ценообразования на современном этапе в системе профессиональной деятельности по специальности	Formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of pricing at the present stage in the system of professional activity in the specialty
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздерін, оқытылатын курстың негізгі санаттарын түсіну; - баға белгілеудің әртүрлі әдістерін қолдану; баға белгілеу саласындағы маркетингтік құралдарды пайдалану; - баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу; бағаларды есептеудің қазіргі заманғы тәсілдері мен тәсілдерін пайдалану; баға белгілеу саласында шешімдер қабылдаудың неғұрлым ұтымды тәсілдерін таңдау дағдысының болуы; - дұрыс баға шешімін қабылдау үшін нарық конъюктурасын бағалауда, ұйымның пайдасын арттыру үшін баға белгілеу әдісін таңдауда Құзыретті. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> –понимать методологические основы процесса ценообразования, основные категории изучаемого курса; – применять различные методы ценообразования; использовать маркетинговые инструменты в области ценообразования; – иметь навыки проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов ценообразования; использования современных приемов и способов расчета цен; выбора наиболее рациональных способов принятия решений в области ценообразования; –компетентными в оценке конъюнктуры рынка для принятия правильного ценового решения, в выборе метода ценообразования для увеличения прибыли организации. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the methodological foundations of the pricing process, the main categories of the course being studied; - apply various pricing methods; use marketing tools in the field of pricing; - have the skills to analyze marketing problems and specific market situations related to pricing issues; use modern techniques and methods of calculating prices; choose the most rational ways to make decisions in the field of pricing; - competent in assessing market conditions to make the right price decision, in choosing the pricing method to increase the profit of the organization.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
экономикалық теория	экономическая теория	economic theory
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

Баға белгілеудің теориялық негіздері. Баға процесі. Баға әдістері. Баға белгілеудің маркетингтік аспектілері. Баға стратегиясы мен тактикасы	Теоретические основы ценообразования. Процесс ценообразования. Методы ценообразования. Маркетинговые аспекты ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования.	Theoretical foundations of pricing. The pricing process. Pricing methods. Marketing aspects of pricing. The strategy and tactics of pricing.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т	Сейтова Г.Т	Тобылов К.Т.

<i>Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic planning</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Стратегиялық жоспарлаудың әдіснамасы мен логикасы туралы білімді қалыптастыру, ұйымның стратегиялық жоспарын әзірлеу және оны іске асыру бойынша басқару бойынша құзыреттерді дамыту.	Формирование знаний о методологии и логике стратегического планирования, развитие компетенций по разработке стратегического плана организации и управлению по его реализации.	Formation of knowledge about the methodology and logic of strategic planning, development of competencies for the development of the organization's strategic plan and management for its implementation.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - әдістер мен құралдарды түсіну стратегиялық талдау жүргізу және ұйымның оны қамтамасыз етуге бағытталған стратегиясын таңдау бәсекеге қабілеттілік; - стратегиялық және бәсекелі талдау жүргізу; бизнес-жоспарлау мен бизнесті реинжинирингті жүзеге асыру; - жоспарлау процесінің қадамдық технологиясын, стратегияларды әзірлеу әдістерін; стратегиялық жоспар құжаттарын құрылымдау және ресімдеу дағдыларын меңгеру; - ұйымның стратегиялық жоспарын әзірлеу және оның іске асырылуын басқару бойынша құзыреті болуы тиіс. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать методы и инструменты проведения стратегического анализа и выбора стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности; - проводить стратегический и конкурентный анализ; осуществлять бизнес-планирование и реинжиниринг бизнеса; - обладать навыками пошаговой технологии процесса планирования, методов разработки стратегий; навыков структурирования и оформления документов стратегического плана; - иметь компетенции по разработке стратегического плана организации и в управлении его реализацией. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the methods and tools for conducting strategic analysis and selecting an organization's strategy aimed at ensuring its competitiveness; - conduct strategic and competitive analysis; perform business planning and business reengineering; - have the skills of step-by-step technology of the planning process, methods of developing strategies; skills of structuring and processing documents of the strategic plan; - have the competence to develop the strategic plan of the organization and to manage its implementation.
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
экономикалық теория	экономическая теория	economic theory
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері.Әдіснама негіздері стратегиялық жоспарлау және ақпараттық қамтамасыз ету.	Теоретические основы стратегического планирования.Основы методологии стратегического планирования и	Theoretical foundations of strategic planning.Fundamentals of strategic planning methodology and information support. Methods of

Стратегиялық жоспарлау әдістері. Стратегиялық жоспарлар жүйесі. Ұйымның стратегиялық жоспары. Ұйымдағы Стратегиялық талдау.	информационное обеспечение. Методы стратегического планирования. Система стратегических планов. Стратегический план организации. Стратегический анализ в организации.	strategic planning. The system of strategic plans. The strategic plan of the organization. Strategic analysis in the organization.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Көтерме-бөлшек сауда/Оптовое-розничная торговля/Wholesale and retail trade</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарында коммерциялық қызметті ұйымдастыру және технологиясы саласында теориялық және практикалық білімді қалыптастыру, сондай-ақ студенттерге тауар қозғалысының әртүрлі буындарында сауда процестерін ұтымды ұйымдастыру және технологиясы бойынша практикалық дағдыларды үйрету.	Формирование теоретических и практических знаний в области организации и технологии коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли, а также привитие студентам практических навыков рациональной организации и технологии торговых процессов в различных звеньях товародвижения.	Formation of theoretical and practical knowledge in the field of organization and technology of commercial activities at wholesale and retail trade enterprises, as well as instilling in students practical skills of rational organization and technology of trade processes in various parts of the commodity movement.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - тауар қозғалысының әртүрлі буындарында коммерциялық қызметті ұйымдастыру және сауда процестерінің технологиясы бойынша теориялық білімі болуы тиіс; - нақты сауда және қызмет көрсету нысандарында өз білімдерін жүзеге асыруды үйрену; - саудалық қызметті ұтымды ұйымдастыруды жүзеге асыра алады және жеткізушілермен белсенді сауда коммуникацияларын жүргізе алады және ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, сатып алушылар тауар қозғалысының әртүрлі буындарында.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - иметь теоретические знания по организации коммерческой деятельности и технологии торговых процессов в различных звеньях товародвижения; - научиться реализовать свои знания на конкретных объектах торговли и услуг; - смогут осуществлять рационально организацию торговой деятельности и, проводить активные торговые коммуникации с поставщиками и покупателями с учетом возможных рисков в различных звеньях товародвижения.	After successful completion of the course, students will be: - have theoretical knowledge of the organization of commercial activities and the technology of trade processes in various parts of the commodity movement; - learn to implement their knowledge on specific objects of trade and services; - they will be able to efficiently organize commercial activities and conduct active trade communications with suppliers and buyers, taking into account possible risks in various parts of the commodity movement.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория	Экономическая теория, мерчендайзинг	Economic theory
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Көтерме және бөлшек сауданың мәні мен мазмұны. Коммерциялық қызметтегі шарттар. Көтерме сатып алу және сату	Сущность и содержание оптовой и розничной торговли. Договоры в коммерческой деятельности.	The essence and content of wholesale and retail trade. Contracts in commercial activity. Commercial work on wholesale purchases and

<p>бойынша коммерциялық жұмыс. Бөлшек сауда кәсіпорындарындағы коммерциялық жұмыс. Көтерме және коммерциялық құрылымдардың сыртқы экономикалық қызметі. Тауарларды өткізу бойынша жарнамалық-ақпараттық қызметті ұйымдастыру. Саудадағы Ыдыс және ыдыс операциялары. Жүктерді тасымалдауды ұйымдастыру. Қойма операцияларының технологиясы. Бөлшек сауда желісі. Құрылымы және технологиялық дүкендердің орналасуы. Бөлшек сауда кәсіпорындарындағы технологиялық процестер</p>	<p>Коммерческая работа по оптовым закупкам и продажам. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Внешнеэкономическая деятельность оптово - коммерческих структур. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров. Тара и тарные операции в торговле. Организация перевозок грузов. Технология складских операций. Розничная торговая сеть. Устройство и основы технологических планировок магазинов. Технологические процессы на розничных торговых предприятиях</p>	<p>sales. Commercial work at the enterprises of retail trade. Foreign economic activity of wholesale and commercial structures. Organization of advertising and information activities for the sale of goods. Packaging and packaging operations in trade. Organization of cargo transportation. Technology of warehouse operations. Retail trade network. The structure and basics of technological store layouts. Technological processes at retail trade enterprises</p>
<p><i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i></p>		
<p>Мерчендайзинг, Белсенді сату техникасы</p>	<p>Мерчендайзинг, Техника активных продаж</p>	<p>Merchandising, Active sales techniques</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Калкабаева А.Е</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Ағробизнестің экономикалық негіздері / Экономические основы агробизнеса / Economic bases of agribusiness</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттердің кәсіби қызмет жағдайында аграрлық өндірісті жүргізу бойынша теориялық және практикалық білімдерінің қажетті деңгейін қалыптастыру	Формирование у студентов необходимого уровня теоретических и практических знаний по ведению аграрного производства с учетом применения в условиях профессиональной деятельности	Formation of students of the necessary level of theoretical and practical knowledge on the conduct of agricultural production, taking into account the application in the conditions of professional activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - АӨК-де кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру заңдылықтарының, принциптері мен нысандарының негізгі агроэкономикалық процестері мен құбылыстарының мазмұнын түсіну; - негізгі өндірістік ресурстардың құндық бағасын анықтау дағдыларын меңгере алады; - аграрлық кәсіпорын алдында тұрған шаруашылық міндеттерді шешуде және орындаушылық, сондай-ақ басқарушылық кәсіби проблемаларды шешуде оңтайлы жол табуға құзыретке ие болу сипаттағы.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - понимать содержание основных агроэкономических процессов и явлений закономерностей, принципов и формы осуществления предпринимательской деятельности в АПК; - смогут владеть навыками определения стоимостной оценки основных производственных ресурсов; - обладать компетенциями в решении хозяйственных задач, стоящих перед аграрным предприятием и нахождении оптимального выхода в решении профессиональных проблем как исполнительского, так и управленческого характера.	After successful completion of the course, students will be: - understand the content of the main agro-economic processes and phenomena, laws, principles and forms of entrepreneurial activity in the agro-industrial complex; - they will be able to master the skills of determining the cost assessment of basic production resources; - have competence in solving the economic problems facing the agricultural enterprise and finding the optimal solution in solving professional problems of both executive and managerial nature.
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theory
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курстың пәні, әдісі және міндеттері. Ауыл шаруашылығының көп салалы экономикасын қалыптастыру. Жер ресурстары және оларды нарық жағдайында пайдаланудың тиімділігі. Еңбек нарығы және ауыл тұрғындарын	Предмет, метод и задачи курса. Формирование многоукладной экономики сельского хозяйства. Земельные ресурсы и эффективность их использования в условиях рынка. Рынок труда и проблемы	The subject, method, and objectives of the course. Formation of a multi-layered agricultural economy. Land resources and the efficiency of their use in market conditions. The labor market and the problems of employment of the rural population.

жұмыспен қамту мәселелері. Агробизнесті материалдық ресурстар және өндірістік-техникалық қамтамасыз ету. Өндірісті орналастыру және мамандандыру - агробизнесті дамытудың негізі. Агробизнестің тиімділігін бағалау. Маркетинг және азық-түлік пен шикізат нарығы. Агробизнестегі Менеджмент. Дамыту агроөнеркәсіптік интеграцияны дамыту, нарықтық инфрақұрылымды дамыту.	занятости сельского населения. Материальные ресурсы и производственно-техническое обеспечение агробизнеса. Размещение и специализация производства – основа развития агробизнеса. Оценка эффективности агробизнеса. Маркетинг и рынок сбыта продовольствия и сырья. Менеджмент в агробизнесе. Развитие агропромышленной интеграции, развитие рыночной инфраструктуры.	Material resources and production and technical support of agribusiness. The location and specialization of production is the basis for the development of agribusiness. Evaluation of the effectiveness of agribusiness. Marketing and marketing of food and raw materials. Management in agribusiness. Development of agro-industrial integration, development of market infrastructure.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Жоспарлау жүйесі	Система планирования	Planning system
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Баязитова И.А.	Нурахметова Г.С.	Баязитова И.А.

2 3 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 3 курса/ Elective subjects for 3 st year students

<i>Merchendaйзинг / Мерчендайзинг / Merchandising</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>Сатып алушылардың мінез-құлқын басқару мақсатында сату орындарында жүзеге асырылатын компанияның тиімді маркетингтік коммуникативтік қызметін қамтамасыз етуге бағытталған мерчендайзингтің заманауи технологияларын енгізу бойынша студенттердің білімін, іскерлігін және дағдыларын қалыптастыру.</p>	<p>Формирование у студентов знаний, умений и навыков по внедрению современных технологий мерчендайзинга, направленных на обеспечение эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности компании, осуществляемой в местах продаж в целях управления поведением покупателей.</p>	<p>Formazione delle conoscenze, abilità e competenze degli studenti nell'implementazione delle moderne tecnologie di merchandising volte a garantire un'efficace attività di comunicazione di marketing dell'azienda, svolta nel punto vendita per gestire il comportamento degli acquirenti.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - мерчендайзингтің міндеттері мен функцияларын, мерчендайзингтің сауда кәсіпорындары қызметінің тиімділігіне әсерін, тауарларды орналастыру технологиясын, тауар топтарын орналастырудың тиімді схемаларын және тұтынушылардың психологиясын ескере отырып, сауда залында орналастыруды түсіну; - сауда залында импульсивті сатып алуды ынталандырудың тиімді жүйесін құру, жылжыту және сату саласындағы операцияларға байланысты басқарушылық міндеттерді шешу, тұтынушыны дүкенге тарту, дүкеннің сауда кеңістігін тиімді бөлу; - тұтынушылардың психологиясын және 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимать задачи и функции мерчендайзинга, влияние мерчендайзинга на эффективность деятельности торговых предприятий, технологию выкладки товаров, эффективные схемы расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей; -создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсивных покупок, решать управленческие задачи, связанные с операциями в области продвижения и сбыта, привлекать потребителя в магазин, эффективно распределять торговое пространство магазина; 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the tasks and functions of merchandising, the impact of merchandising on the efficiency of trading enterprises, the technology of product placement, effective schemes for the location of product groups and layouts in the trading floor, taking into account the psychology of consumers; - create an effective system for stimulating impulsive purchases in the sales floor, solve management tasks related to operations in the field of promotion and sales, attract consumers to the store, effectively distribute the store's retail space; - master the skills of the location of product groups and layout in the trading floor, taking into account the psychology of consumers and the formation of the trading space and the distribution of goods in it.

сауда кеңістігін қалыптастыруды және ондағы тауарларды бөлуді ескере отырып, тауар топтарын орналастыру және сауда залында орналастыру дағдыларын меңгеру.	- владеть навыками расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей и формирования торгового пространства и распределения товаров в нем.	
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
экономикалық теория, көтерме-бөлшек сауда	экономическая теория, оптово-розничная торговля	economic theory, wholesale and retail trade
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Мерчандайзинг ұғымы, мәні және мағынасы. Сауда алаңындағы сатып алушының мінез-құлқы. Сауда алаңдарын жоспарлау. Сауда алаңдарын бөлу. Сауда залында тауарларды орналастыру ерекшеліктері. Дүкенішілік Ақпарат және сауда құралы ретінде таңдау. Көрнекі мерчандайзинг құралы ретінде Витринистика. Атмосфера мен сенсорлық компоненттердің сатып алу процесіне әсері. Мерчандайзинг тиімділігін бағалау	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга. Поведение покупателя в торговом зале. Планирование торговых площадей. Распределение торговых площадей. Особенности выкладки товаров в торговом зале. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки. Оценка эффективности мерчандайзинга	The concept, essence and meaning of merchandising. The behavior of the buyer in the trading floor. Planning of retail space. Distribution of retail space. Features of the display of goods in the trading floor. In-store information and sampling as merchandising tools. Vitrinistics as a visual merchandising tool. The influence of the atmosphere and sensory components on the purchase process. Evaluating the effectiveness of merchandising
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
брэндинг, маркетингтік коммуникациялар	брэндинг, маркетинговые коммуникации	branding, marketing communications
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Жоспарлау жүйесі / Система планирования / Planning system</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель / Purpose</i>		
ұйымдағы қызметті жоспарлаудың теориялық және практикалық мәселелері бойынша студенттерді даярлаудың қажетті деңгейін, дұрыс басқарушылық шешімдер қабылдау үшін мүмкіндік жасауға бағытталған оны жүзеге асырудың нысандары мен әдістерін қамтамасыз ету.	обеспечить необходимый уровень подготовки студентов по теоретическим и практическим вопросам планирования деятельности в организации, его форм и методов осуществления, направленных на создание возможности для принятия правильных управленческих решений.	provide the necessary level of training for students on theoretical and practical issues of planning activities in the organization, its forms and methods of implementation, aimed at creating opportunities for making the right management decisions.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық жоспарлаудың жалпы тұжырымдамасын және жоспарлау стратегиясын әзірлеу тәртібін түсіну; - ұйым қызметінің бизнес-жоспарларын, жылдық сметасын (бюджетін) құру. - жоспарлау стратегиясын әзірлеу дағдыларын меңгеру. - қысқа мерзімді, орта мерзімді және ұзақ мерзімді перспективада ұйымның қызметін жоспарлау саласында құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: – понимать общую концепцию стратегического планирования и порядок разработки стратегии планирования; – составлять бизнес-планы, годовую смету (бюджет) деятельности организации. – владеть навыками разработки стратегии планирования. – компетентными в области планирования деятельности организации в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.	After successful completion of the course, students will be: - understand the general concept of strategic planning and the procedure for developing a planning strategy; - make business plans, annual estimates (budget) of the organization's activities. - master the skills of developing a planning strategy. - competent in the field of planning the organization's activities in the short, medium and long term.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Менеджмент	Менеджмент	Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i>		
Жоспарлау жүйесіне кіріспе. Жоспарлау жүйесінің теориялық негіздері. Жоспарлау процесі және оның мазмұны. Стратегиялық жоспарлау және оны іске асыру. Бизнесі жоспарлау және оны жүзеге асыру. Тактикалық (Жедел) жоспарлау және оны іске асыру.	Введение в систему планирования. Теоретические основы системы планирования. Процесс планирования и его содержание. Стратегическое планирование и его реализация. Бизнес-планирование и его реализация. Тактическое (оперативное) планирование и его реализация.	Introduction to the planning system. Theoretical foundations of the planning system. The planning process and its contents. Strategic planning and its implementation. Business planning and its implementation. Tactical (operational) planning and

<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины / Course features</i>		
көптілді топта оқыту тілі ағылшын	язык обучения в полиязычной группе английский	the language of instruction in the multilingual group is English
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

<i>Белсенді сату техникасы/Техника активных продаж/Active sales techniques</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттердің теориялық ережелерін қалыптастыру және сауда кәсіпорындары деңгейінде сатып алушылармен жұмыс істеу саласында практикалық дағдыларды қалыптастыру.	Формирование у студентов теоретических положений и привитие практических навыков в области работы с покупателями на уровне торговых предприятий.	Formation of students ' theoretical positions and instilling practical skills in the field of working with customers at the level of commercial enterprises.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - сатып алушылардың түрлерін , олардың психологиясын , олармен жұмыс істеу тәсілдерін ажырату; мерчендайзингтің мәні мен механизмі; - презентацияны ұйымдастыру мен өткізудің тиімді әдістерін қолдану тауарларды; - жанжалды жағдайларды реттеу әдістері негізінде сату процесінде проблемалық сатып алушылармен жұмыс істеуді үйрену; - басым сатып алушыларды анықтау кәсіби қызмет жүйесінде тиісті қызметті тұрақты басқару үшін сатып алушыларды ұстап қалу саясатын әзірлеу кезінде.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: -различать типы покупателей , их психологию , способы работы с ними; сущность и механизм мерчендайзинга; -применять эффективные методы организации и проведения презентации товаров; - научиться работать с проблемными покупателями в процессе продаж на основе методов урегулирования конфликтных ситуаций; - определять приоритетных покупателей при разработке политики удержания покупателей для регулярного управления надлежащим сервисом в системе профессиональной деятельности.	After successful completion of the course, students will be: - distinguish between types of buyers , their psychology , ways of working with them; the essence and mechanism of merchandising; - apply effective methods of organizing and conducting product presentations; - learn how to work with problem customers in the sales process based on conflict resolution methods; - identify priority buyers when developing a customer retention policy for the regular management of the appropriate service in the professional activity system.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Көтерме-бөлшек сауда	Оптово-розничная торговля	Wholesale and retail trade organization
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Қазіргі заманғы технологиялар мен сату әдістерін зерттеудің маңызы мен өзектілігі. Клиенттердің түрлері және олармен жұмыс істеу стратегиялары. Мерчендайзинг. Коммерциялық әңгіме және мәміле жасау. Тауарларды (қызметтерді) таныстыруды	Значение и актуальность изучения современных технологий и приемов продаж. Типы клиентов и стратегии работы с ними. Мерчендайзинг. Коммерческая беседа и заключение сделки.Эффективные методы организации	The importance and relevance of studying modern technologies and sales techniques. Types of clients and strategies for working with them. Merchandising. Commercial conversation and conclusion of the transaction. Effective methods of organizing and conducting the presentation of

ұйымдастыру мен өткізудің тиімді әдістері. Жұмы сату процесінде проблемалы клиенттермен. Клиенттермен жұмыс жасаудағы коммерциялық сервис.	и проведения презентации товаров (услуг). Работа с проблемными клиентами в процессе продаж. Коммерческий сервис в работе с клиентами.	goods (services). Working with problem customers in the sales process. Commercial service in working with clients.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Трейд - маркетинг	Трейд -маркетинг	Treid -marketing
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақ өткізу, тәжірибелі мамандарды шақыру қарастырылған.	Предусматривается проведение занятий на филиалах кафедры, приглашение специалистов-практиков.	It is planned to conduct classes at the branches of the department, invite practitioners.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А	Калкабаева А.Е	Тобылов К.Т.

<i>Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Коммерциялық менеджменттің мәні, мәні және ерекшеліктері туралы теориялық білімді қалыптастыру. Коммерциялық кәсіпорынды басқарудағы менеджменттің заманауи әдістерімен танысу	Формирование теоретических знаний о сущности, значении и особенностях коммерческого менеджмента. Ознакомление с современными методами менеджмента в управлении коммерческим предприятием	Formation of theoretical knowledge about the essence, meaning and features of commercial management. Introduction to modern management methods in the management of a commercial enterprise
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - коммерциялық менеджменттің мәнін, мәнін; қазіргі менеджмент қызметінің ерекше сипатын; әлемнің табысты фирмаларының коммерциялық менеджерлерінің қызмет тәжірибесін түсінетін болады; - нақты сауда және қызмет көрсету нысандарында өз білімдерін жүзеге асыру; нақты кәсіпорын үлгісінде SWOT - талдау жүргізу; сауда-технологиялық процесті ұйымдастыру; қызметкерлерді ынталандыру жүйесін дұрыс пайдалану; -сауда-материалдық құндылықтарды бақылауды жүзеге асыру; коммерциялық менеджменттің тиімділігін бағалау.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: -будут понимать сущность, значение коммерческого менеджмента; специфический характер деятельности современного менеджмента; опыт деятельности коммерческих менеджеров преуспевающих фирм мира; –реализовать свои знания на конкретных объектах торговли и услуг; проводить SWOT- анализ на примере конкретного предприятия; организовывать торгово-технологический процесс; правильно использовать систему мотивации персонала; –осуществлять контроль торгово-материальных ценностей; оценивать эффективность коммерческого менеджмента.	After successful completion of the course, students will be: - they will understand the essence and significance of commercial management; the specific nature of the activities of modern management; the experience of commercial managers of successful companies in the world; - to implement their knowledge on specific objects of trade and services; to conduct SWOT analysis on the example of a particular enterprise; to organize the trade and technological process; to correctly use the personnel motivation system; - to control trade and material values; to evaluate the effectiveness of commercial management.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Менеджмент	Менеджмент	Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Коммерциялық менеджмент тұжырымдамасы. Коммерциялық қызметтің менеджмент жүйесі. Сауда ұйымының	Концепция коммерческого менеджмента. Система менеджмента коммерческой деятельности. Планирование деятельности	The concept of commercial management. Commercial activity management system. Planning the activities of a trade organization. Organization

<p>қызметін жоспарлау. Сауда ұйымдарында технологиялық процестерді ұйымдастыру. Сауда-технологиялық процесті басқару және қоймалардағы еңбекті ұйымдастыру. Коммерциялық ұйым персоналының қызметін ынталандыру. Сауда кәсіпорнының персоналды басқару. Сауда-саттықты ұйымдастыруды басқару жүйесіндегі бақылау. Искерлік қарым-қатынас және байланыс процесі. Көшбасшылық және көшбасшылық. Сауда менеджментінің экономикалық негіздері.</p>	<p>торговой организации. Организация технологических процессов в торговых организациях. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах. Мотивация деятельности персонала коммерческой организации. Управление персоналом предприятия торговли. Контроль в системе управления организацией торгов. Деловое общение и процесс коммуникаций. Руководство и лидерство. Экономические основы торгового менеджмента.</p>	<p>of technological processes in trade organizations. Management of trade and technological process and organization of labor in warehouses. Motivation of the staff of a commercial organization. Personnel management of the trade enterprise. Control in the bidding organization management system. Business communication and the communication process. Leadership and leadership. Economic fundamentals of trade management.</p>
<p>Инновациялық менеджмент</p>	<p>Инновационный менеджмент</p>	<p>Innovation management</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А</p>	<p>Калкабаева А.Е</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Бизнесті ұйымдастыру / Организация бизнеса/ Business organization</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Формирование знаний об основополагающих характеристиках товара, составляющих его потребительную ценность, а также их изменений на всех этапах товародвижения.	Формирование знаний по теоретическим основам бизнеса, обучение навыкам применения различных приемов и средств управления бизнесом в сфере будущей профессиональной деятельности.	Formation of knowledge about the fundamental characteristics of the product that make up its use value, as well as their changes at all stages of product movement.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - тауартанудың теориялық және әдістемелік негіздерін, тауарлар ассортиментін регламенттейтін негізгі нормативтерді түсіну; - ұйымның тауарлық ассортиментін басқару жүйесінде тауарларды жіктеу және кодтау әдістері мен әдістерін меңгеру; - тауардың тұтынушылық құндылығын құрайтын оның негізгі сипаттамаларын нақты анықтауда, тауарлардың тұтынушылық қасиеттері мен көрсеткіштерінің номенклатурасын анықтауда құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: -понимать теоретические и методические основы товароведения, основные нормативы, регламентирующие ассортимент товаров; –владеть приемами и методами классификацией и кодирования товаров в системе управления товарным ассортиментом организации; – компетентными в четком определении основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительскую ценность, в определении номенклатуры потребительских свойств и показателей товаров.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical and methodological foundations of commodity science, the main standards governing the range of goods; - master the techniques and methods of classification and coding of goods in the organization's product range management system; - competent in clearly defining the fundamental characteristics of the product that make up its consumer value, in determining the nomenclature of consumer properties and indicators of goods.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theor
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бизнес түрлерінің түсінігі және жіктелуі, оның дамуын ұйымдастыру. Орта және шағын бизнесті ұйымдастыру. Венчурлық бизнесті ұйымдастыру. Бизнесті жүргізу формалары. Бизнес субъектілерін тіркеу тәртібі, кәсіпорынның банкроттығы және таратылуы. Бизнес инфрақұрылымы.	Понятие и классификация видов бизнеса, организация его развития. Организация среднего и малого бизнеса. Организация венчурного бизнеса. Формы ведения бизнеса. Порядок регистрации субъектов бизнеса, банкротство и ликвидация предприятия. Инфраструктура бизнеса.	The concept and classification of business types, the organization of its development. Organization of medium and small businesses. Organization of venture business. Forms of doing business. The procedure for registration of business entities, bankruptcy and liquidation of the enterprise. The infrastructure of the business. Business

Бизнесті басқару. Бизнес-жоспарлау негіздері. Қаржылық қамтамасыз ету және бизнестің тиімділігін талдау.	Управление бизнесом. Основы бизнес-планирования. Финансовое обеспечение и анализ эффективности бизнеса.	management. Fundamentals of business planning. Financial support and business performance analysis.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

<i>Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Басқарушылық шешімнің мәні, мазмұны, түрлері, басқарушылық шешімдерді әзірлеудің әртүрлі алгоритмдері туралы іргелі білімді қалыптастыру. Заманауи желілік технологиялармен, әр түрлі жағдайларда РРЖ жүзеге асырудың ең ұтымды ұйымдастырушылық формаларымен танысу. Конфессиялық қызмет жүйесінде басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларын дамыту.	Формирование фундаментальных знаний о сущности, содержании, видах управленческого решения, различных алгоритмах разработки управленческих решений. Знакомство с наиболее рациональными организационными формами осуществления РУР в различных условиях, с современными сетевыми технологиями. Развитие навыков в проведении количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений в системе профессионально деятельности.	Formation of fundamental knowledge about the essence, content, types of management decisions, various algorithms for developing management decisions. Familiarity with the most rational organizational forms of implementation of the RUHR in various conditions, with modern network technologies. Develop skills in conducting quantitative and qualitative analysis for making managerial decisions in the system of professional activity.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - басқарушылық шешім мазмұнының теориялық аспектілерін, әртүрлі жағдайларда басқарушылық шешімдерді әзірлеу процесін, басқарушылық шешімдердің сапасы мен тиімділігін бағалауды түсіну; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларын үйрену; - кәсіби қызмет жағдайында басқару шешімдерін әзірлеу және қабылдау технологияларында құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: -понимать теоретические аспекты содержания управленческого решения, процесса разработки управленческих решений в различных условиях, оценки качества и эффективности управленческих решений; - научаться навыкам проведения количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - компетентными в технологиях разработки и принятия управленческих решений в условиях профессиональной деятельности.	After successful completion of the course, students will be: -understand theoretical aspects of content management solutions, process development management decisions in different conditions, assess the quality and efficiency of management decisions; - learn the skills of conducting quantitative and qualitative analysis for making managerial decisions; - competent in the technologies of development and management decision-making in the conditions of professional activity.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Агробизнестің экономикалық негіздері	Экономические основы агробизнеса	Economic fundamentals of agribusiness
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Басқару шешімінің мәні мен мазмұны. Басқару шешімдерінің типологиясы және оларға қойылатын талаптар. Басқарушылық шешімдерді дайындау және іске асыру процесі. Сыртқы ортаны талдау және оның басқарушылық шешімдерді дайындауға және іске асыруға әсері. Белгісіздік пен тәуекел жағдайында басқарушылық шешімдерді дайындау және іске асыру әдістері. Шешімді әзірлеу және таңдау процесін модельдеу. Шешімдерді басқару шешімдерін дайындау және іске асыру әдістері. Басқарушылық шешімдердің сапасы мен тиімділігі</p>	<p>Сущность и содержание управленческого решения. Типология управленческих решений и требования предъявляемые к ним. Процесс подготовки и реализации управленческих решений. Анализ внешней среды и ее влияние на подготовку, и реализацию управленческих решений. Приемы подготовки и реализации, управленческих решений в условиях неопределенности и риска. Моделирование процесса разработки и выбора решения. Методы подготовки и реализации управленческих решений решения. Качество и эффективность управленческих решений</p>	<p>The essence and content of the management decision. The typology of management decisions and the requirements for them. The process of preparation and implementation of management decisions. Analysis of the external environment and its impact on the preparation and implementation of management decisions. Methods of preparation and implementation, management decisions in conditions of uncertainty and risk. Modeling the process of developing and selecting a solution. Methods of preparation and implementation of management decisions. Quality and efficiency of management decisions</p>
<p><i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i></p>		
<p>стратегиялық менеджменттің негіздері</p>	<p>основы стратегического менеджмента</p>	<p>fundamentals of strategic management</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Есымхан Г.Е.</p>	<p>Калкабаева А.Е.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Теориялық негіздерді қалыптастыру және инновациялық өнімді нарыққа жылжытудың практикалық әдістерін игеру, инновациялық әлеуетті диагностикалауды, ұйымдағы инновациялық процесті зерттеу, сонымен қатар тұтынушылардың сұраныстары мен инновациялық саладағы сұранысты зерттеу әдістерін оқыту.	Формирование теоретических основ и овладение практическими приемами продвижения инновационного продукта на рынок, изучение диагностики инновационного потенциала, инновационного процесса в организации, а также обучение методам исследования запросов потребителей и спроса в инновационной сфере.	Formation of theoretical foundations and mastering practical techniques for promoting an innovative product to the market, studying the diagnostics of the innovative potential, the innovation process in the organization, as well as training in the methods of research of consumer requests and demand in the innovation sphere.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар -жаңа өнімдер мен қызметтер маркетингінің мәнін , қағидаттары мен ерекшеліктерін; тактикалық инновациялық маркетинг, баға белгілеу, өнім саясаты, интернет-маркетинг әдістерін түсіну. - жаңа өнімді нарыққа шығару бойынша іс-шараларды орындау; маркетингтік зерттеулер жүргізу, жаңа өнімдер нарығындағы бәсекелестер туралы ақпарат жинау, бәсекелестік ортаны талдау, жаңа өнімдерді нарыққа шығару үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеу. - тұтынушылардың мінез-құлқын және бәсекелестік ортаны талдау әдістерін, маркетингтік стратегияларды әзірлеу дағдыларын, инновациялық тауарлар мен ғылымды қажетсінетін технологияларды әзірлеу және жоспарлау тәсілдерін меңгеру.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: – понимать сущность , принципы и особенности маркетинга новых продуктов и услуг; методы тактического инновационного маркетинга, ценообразования, продуктовой политики, интернет-маркетинга. – выполнять мероприятия по продвижению нового продукта на рынок; выполнять маркетинговые исследования, сбор информации о конкурентах на рынке новой продукции, анализ конкурентной среды, разрабатывать маркетинговые стратегии по выведению новых продуктов на рынок. – владеть методами анализа поведения потребителей и конкурентной среды, навыками разработки маркетинговых стратегий, способами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий.	After successful completion of the course, students will be: - understand the essence, principles and features of marketing of new products and services; methods of tactical innovative marketing, pricing, product policy, internet marketing. - perform activities to promote a new product to the market; perform marketing research, collect information about competitors in the market of new products, analyze the competitive environment, develop marketing strategies for bringing new products to the market. - master the methods of analyzing consumer behavior and the competitive environment, the skills of developing marketing strategies, methods of developing and planning innovative products and high-tech technologies.

<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
маркетинг	маркетинг	marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетинг түсінігі және жіктелуі инновациялар. Инновациялық маркетинг жүйесіндегі құндылық тәсілі. Өнім тұтынушылық мәселелерді шешудің құралы ретінде. Нарықты бағалау және ұйымның маркетингтік әлеуеті. Жаңа өнім мен қызметті әзірлеу және жылжыту процесі. Ұйымның инновациялық дамуын басқару	Понятие и классификация маркетинговых инноваций. Ценностный подход в системе инновационного маркетинга. Продукт как средство решения потребительских проблем. Оценка рынка и маркетинговый потенциал организации. Процесс разработки и продвижения нового продукта и услуги. Управление инновационным развитием организации	The concept and classification of marketing innovations. Value approach in the system of innovative marketing. The product as a means of solving consumer problems. Market assessment and marketing potential of the organization. The process of developing and promoting a new product and service. Management of innovative development of the organization
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
өнеркәсіптік маркетинг	промышленный маркетинг	industrial marketer
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Иновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттерде инновациялық қызмет және инновацияларды басқару тетігі туралы түсініктерді қалыптастыру, инновациялық менеджменттің ұйымдық-экономикалық моделімен танысу, кәсіби қызмет жағдайында инновациялардың тиімділігін бағалауда дағдыларды дамыту	Формирование у студентов представления об инновационной деятельности и механизме управления инновациями, знакомство с организационно-экономической моделью инновационного менеджмента, развитие навыков в оценке эффективности инноваций в условиях профессиональной деятельности	Formation of students ' understanding of innovation activity and the mechanism of innovation management, acquaintance with the organizational and economic model of innovation management, development of skills in assessing the effectiveness of innovations in the context of professional activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: -инновациялық менеджменттің теориялық негіздерін, инновациялардың тиімділігін бағалау әдістемесін, венчурлық және бизнес-періштелік қаржыландыру процестерінің мәнін түсіну; - уақыт шеңберімен нақты шектелген өнім ретінде инновацияның ерекшеліктерін бағалай алады; –кәсіби қызмет жағдайында инвестициялау үшін жобаларды іріктеу дағдыларын меңгереді.	После успешного завершения курса обучающиеся будут -понимать теоретические основы инновационного менеджмента, методику оценки эффективности инноваций, сущность процессов венчурного и бизнес-ангельского финансирования; -сумеют оценивать особенности инноваций как продукта, четко ограниченного рамками времени; –овладеют навыками отбора проектов для инвестирования в условиях профессиональной деятельности.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical foundations of innovation management, the methodology for evaluating the effectiveness of innovations, the essence of the processes of venture and business angel financing; -they will be able to evaluate the features of innovation as a product that is clearly limited by the time frame; - master the skills of selecting projects for investment in the context of professional activity.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Коммерциялық менеджмент	Коммерческий менеджмент	Commercial management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Инноватика теориясының қалыптасуы және оның қазіргі тұжырымдамалары. Компанияның инновациялық қызметін басқару негіздері. Инновациялық процесті ұйымдастырудың әдістері мен формалары. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің деңгейін анықтау.Инновациялық жобаларды	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	Formation of the theory of innovation and its modern concepts. Fundamentals of the company's innovation management. Methods and forms of organization of the innovation process. Determination of the level of innovative potential of the enterprise.Managing innovative projects and evaluating the level of project

басқару және жобалардың тиімділік деңгейін бағалау. Зияткерлік меншік. Шағын инновациялық бизнес. Венчурлық қаржыландыру.	проектами и оценка уровня эффективности проектов. Интеллектуальная собственность. Малый инновационный бизнес. Венчурное финансирование.	effectiveness. Intellectual property. Small innovative business. Venture capital financing.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты / Postrequisites</i>		
Өндірістік менеджмент	Производственный менеджмент	Production management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Брэндинг/Брэндинг/Branding</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
брэндинг саласында маркетингтік іс-шаралар өткізу үшін студенттердің мамандық игеру кезінде кәсіби білімі мен іскерлігін қалыптастыру	формирование у студентов профессиональных знаний и умений при освоении специальности для проведения маркетинговых мероприятий в области брэндинга	formation of students ' professional knowledge and skills in mastering the specialty for conducting marketing activities in the field of branding nnel, using incentive mechanisms for personnel.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - брэндтерді әзірлеу мен жылжытудың әдіснамалық негіздерін, оқытылатын курстың негізгі санаттарын білу; -брэндинг мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізуге, брэнд-менеджмент саласында түрлі іс-шаралар өткізу мүмкіндіктерін бағалауға қабілетті; -брэнд портфелін басқару процесінде әртүрлі әдістерді қолдану дағдыларын, брэнд-коммуникацияларды пайдалану дағдыларын меңгеру; - брэндингтің арнайы терминологиясы мен лексикасын қолдануға, брэндинг саласындағы маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруға және өткізуге Құзыретті. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> –знать методологические основы разработки и продвижения брэндов, основные категории изучаемого курса; –способны проводить анализ маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов брэндинга, оценивать возможности проведения различных видов мероприятий в области брэнд-менеджмента; –владеть навыками применения различных методов в процессе управления портфелем брэндов, навыками использования брэнд-коммуникаций; –компетентными в применении специальной терминологии и лексики брэндинга, в организации и проведении маркетинговых мероприятий в области брэндинга. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - know the methodological foundations of brand development and promotion, the main categories of the course being studied; - are able to analyze marketing problems and specific market situations related to branding issues, evaluate the possibilities of conducting various types of events in the field of brand management; - master the skills of applying various methods in the process of brand portfolio management, the skills of using brand communications; - competent in the application of special terminology and vocabulary of branding, in the organization and conduct of marketing activities in the field of branding.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Мерчендайзинг, Менеджмент	Мерчендайзинг, Менеджмент	Merchandising, Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бренд және брэндинг. Брэндинг процесі. Бренд портфелін басқару. Біріктірілген	Брэнд и брэндинг. Процесс брэндинга. Управление портфелем брэндов.	Brand and branding. The branding process. Brand portfolio management. Integrated brand

бренд-коммуникациялар. Брендті капиталдандыру. Брендингтің аспектілері.	Брендті құқықтық	Интегрированные бренд-коммуникации. Капитализация бренда. Правовые аспекты брендинга.	communications. Brand capitalization. Legal aspects of branding.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>			
Сейтова Г.Т.		Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

<i>Персоналды басқару/ Управление персоналом/ Personnel Management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>студенттерде персоналды басқару әдістері, ұйымның кадрлық құрамын қалыптастыру процесі, персоналды дамыту және оқыту және оны ынталандыру туралы жүйелі түсінік қалыптастыру.</p> <p>Пән жұмыс орнын ұйымдастыру, персоналға қажеттілікті жоспарлау, персоналды ынталандыру тетіктерін пайдалану дағдыларын дамытады.</p>	<p>формирование у студентов системного представления о методах управления персоналом, процессе формирования кадрового состава организации, о развитии и обучения персонала и его мотивации.</p> <p>Дисциплина развивает навыки в организации рабочего места, планирования потребности в персонале, использовании механизмов стимулирования персонала.</p>	<p>formation of students ' systematic understanding of the methods of personnel management, the process of forming the personnel structure of the organization, the development and training of personnel and their motivation.</p> <p>The discipline develops skills in the organization of the workplace, planning the need for personnel, using incentive mechanisms for personnel.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - персоналды басқару бойынша ұйымның қызметін реттейтін заңнамалық және нормативтік - құқықтық актілерді түсіну; - еңбекке ақы төлеу нысандары мен жүйелерін, еңбек шартын әзірлеу және жасасу және еңбек дауларын реттеу тәртібін білу; - кәсіпорынның даму перспективаларын ескере отырып, әртүрлі мамандықтар мен біліктіліктегі персоналға қажеттілікті болжау бойынша өңдеу дағдысының болуы; - қызметкерлерді тарту, іріктеу және іріктеу бойынша жұмыстарды ағымдағы және перспективалық жоспарлауды жүзеге асыруда, персоналдың қызметін бақылау және бағалау рәсімдерін, әдістерін әзірлеуде құзыретті болу. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> -понимать законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность организации по управлению персоналом; -знать формы и системы оплаты труда, порядок разработки и заключения трудового договора и регулирования трудовых споров; -иметь навыки по разработке по прогнозированию потребности в персонале различных специальностей и квалификации с учетом перспектив развития предприятия; - быть компетентными в осуществлении текущего и перспективного планирования работ по привлечению, подбору и отбору персонала, в разработке процедур, методов контроля и оценки деятельности персонала. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> -to understand the legislative and regulatory legal acts regulating the activities of the organization for personnel management; - know the forms and systems of remuneration, the procedure for the development and conclusion of an employment contract and the regulation of labor disputes; - have the skills to work on forecasting the need for personnel of various specialties and qualifications, taking into account the prospects for the development of the enterprise; - be competent in the implementation of current and future planning of work on the recruitment, selection and selection of personnel, in the development of procedures, methods of monitoring and evaluating the activities of personnel
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		

менеджмент	менеджмент	management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Персоналды басқару теориясы мен әдістемесі. Персонал қызметі және оның жұмыс істеуіне қойылатын негізгі талаптар. Ұйымның кадрлық саясаты. Ұйымның персоналды басқару стратегиясы. Ұйым персоналын жоспарлау. Қызметкерлердің маркетингі. Кадрларды іріктеу, іріктеу, қабылдау және босату. Персоналдың еңбек нәтижелілігін бағалау. Қызметкерлерді оқыту. Персоналды кәсіптік бағдарлау және еңбекке бейімдеу. Персоналдың іскерлік мансабын басқару. Кадр резервін басқару. Персоналдың еңбек қызметін ынталандыру және ынталандыру. Қызметкерлердің еңбек өтемақысы жүйесі. Персоналды басқару және тиімділігін бағалау. Қызметкерлердің аудиті.</p>	<p>Теория и методология управления персоналом. Служба персонала и основные требования к ее функционированию. Кадровая политика организации. Стратегии управления персоналом организации. Планирование персонала организации. Маркетинг персонала. Подбор, отбор, прием и высвобождение кадров. Оценка результативности труда персонала. Обучение персонала. Профорентация и трудовая адаптация персонала. Управление деловой карьерой персонала. Управление кадровым резервом. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала. Система компенсации труда работников. Оценка эффективности и управления персоналом. Аудит персонала.</p>	<p>Theory and methodology of personnel management. The personnel service and the basic requirements for its functioning. Personnel policy of the organization. Strategies for managing the organization's personnel. Planning of the organization's personnel. Personnel marketing. Recruitment, selection, admission and release of personnel. Evaluation of the performance of the staff. Staff training. Career guidance and labor adaptation of personnel. Managing the business career of the staff. Management of the personnel reserve. Motivation and stimulation of the work activity of the staff. The system of workers ' compensation. Evaluation of the effectiveness and management of personnel. The audit staff.</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

<i>Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Кәсіптік қызмет жүйесінде дұрыс маркетингтік шешімдер қабылдауға мүмкіндік жасауға бағытталған ұйымдағы маркетингтік талдаудың теориялық және практикалық мәселелері, оны жүргізу нысандары мен әдістері бойынша студенттерді даярлаудың қажетті деңгейін қалыптастыру	Формирование необходимого уровня подготовки студентов по теоретическим и практическим вопросам маркетингового анализа в организации, его формам и методам ведения, направленных на создание возможности для принятия правильных маркетинговых решений в системе профессиональной деятельности	Formation of the necessary level of training of students on theoretical and practical issues of marketing analysis in the organization, its forms and methods of conducting, aimed at creating opportunities for making the right marketing decisions in the system of professorial activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - маркетингтік талдаудың мақсаты мен мазмұнын, оның әдістері мен тәсілдерін, сондай-ақ ақпараттық базаны түсіну; - сатып алушыларға, олардың қалауына, тауарлар мен тауар саясатына, ассортимент пен ассортимент саясатына, баға саясатына, өткізу және өткізу саясатына, маркетингтік коммуникацияларға, бәсекелестік ортаны бағалауға талдау жасай білу; -маркетингтік ортаны талдау мақсаттарын қою; маркетингтік ақпаратты жинау және талдау; маркетингтік зерттеулерде қоғамдық пікірге және фокус-топтарға сауалнама жүргізу дағдыларына ие болу.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –понимать цели и содержание маркетингового анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; –уметь проводить анализ покупателей, их предпочтений, товаров и товарной политики, ассортимента и ассортиментной политики, ценовой политики, сбыта и сбытовой политики, маркетинговых коммуникаций, оценку конкурентной среды; –обладать навыками постановки целей анализа маркетинговой среды; сбора и анализа маркетинговой информации; проведением опросов общественного мнения и фокус-групп в маркетинговых исследованиях.	After successful completion of the course, students will be: - understand the goals and content of marketing analysis, its methods and techniques, as well as the information base; - be able to analyze customers, their preferences, products and product policy, assortment and assortment policy, pricing policy, sales and sales policy, marketing communications, assessment of the competitive environment; - have the skills to set goals for analyzing the marketing environment; collect and analyze marketing information; conduct public opinion polls and focus groups in marketing research.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинговые исследования, Маркетинг	Маркетингтік зерттеулер, Маркетинг	Marketing Research, Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетингтік талдаудың мақсаты мен мазмұны, сатып алушыларды талдау.	Цели и содержание маркетингового анализа, анализ покупателей. Анализ конку-	Objectives and content of marketing analysis, customer analysis. Analysis of competition and

Бәсекелестік пен бәсекелестерді талдау. Тауарлар мен тауар саясатын талдау. Ассортимент пен ассортимент саясатын талдау. Баға саясатын талдау. Сату және сату саясатын талдау. Маркетингтік коммуникацияларды талдау. Кәсіпорынның жарнамасын талдау. Кәсіпорындағы маркетингті ұйымдастыруды талдау.	ренции и конкурентов. Анализ товаров и товарной политики. Анализ ассортимента и ассортиментной политики. Анализ ценовой политики. Анализ сбыта и сбытовой политики. Анализ маркетинговых коммуникаций. Анализ рекламы предприятия. Анализ организации маркетинга на предприятии	competitors. Analysis of products and product policy. Analysis of the assortment and assortment policy. Analysis of pricing policy. Analysis of sales and sales policy. Analysis of marketing communications. Analysis of the company's advertising. Analysis of the organization of marketing in the enterprise.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Стратегиялық маркетинг	Стратегический маркетинг	Strategic marketing
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Ұйымда қабылданатын қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді шешімдерді ғылыми негіздеу үшін теориялық негіздерді қалыптастыру және басқарушылық талдаудың практикалық әдістерін меңгеру.	Формирование теоретических основ и овладение практическими приемами управленческого анализа для научного обоснования принимаемых краткосрочных и долгосрочных решений в организации.	Formation of the theoretical foundations and mastering the practical techniques of management analysis for the scientific justification of short-term and long-term decisions in the organization.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - логистиканың мәнін, оның тұжырымдамасы мен принциптерін түсіну; - логистиканы қолданудың экономикалық әсерін анықтай білу;; - материалдық ағындар өтуі тиіс оңтайлы жолдарды анықтау дағдыларын меңгеру; - өткізудің басым арналарын анықтау; - тиісті сервисті тұрақты басқару жүйесінде тарату саясатын әзірлеу.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: – понимать сущность управленческого анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; –выявлять факторы, оказывающие влияние на результативные показатели деятельности организаци; –применять навыки управленческого анализа в функциональных областях деятельности организации; –проявлять компетентность в части практического применения знаний управленческого анализа в системе профессиональной деятельности	After successful completion of the course, students will be: - understand the essence of logistics, its concept and principles; - be able to determine the economic effect of using logistics;; - possess the skills to determine the optimal ways in which material flows should go; - identify priority sales channels; - develop a distribution policy in the system of regular management of the appropriate service.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория, Экономикадағы статистикалық әдістер	Экономическая теория, Статистические методы в экономике	Economic theory, Statistical methods in economy
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Басқарушылық талдаудың теориялық негіздері. Ресурстарды пайдалану мен өндіріс нәтижелерін экономикалық талдау. Өнімді (жұмыстарды, қызметтерді) өндіруге арналған шығындарды талдау. Нақты нәтижелердің жоспарланғаннан ауытқуын талдау әдістері. Шекті талдау. Сегменттік	Теоретические основы управленческого анализа. Экономический анализ использования ресурсов и результатов производства. Анализ затрат на производство продукции (работ, услуг). Методы анализа отклонений фактических результатов от плановых. Маржинальный	Theoretical foundations of management analysis. Economic analysis of resource use and production results. Analysis of production costs (works, services). Methods for analyzing deviations of actual results from planned results. Margin analysis. Segmental analysis. Marketing analysis. Investment analysis.

талдау. Маркетингтік талдау. Инвестициялық талдау.	анализ. Сегментарный анализ. Маркетинговый анализ. Инвестиционный анализ.	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т	Сейтова Г.Т	Тобылов К.Т.

3 4 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 4 курса/ Elective subjects for 4 st year students

<i>Логистика /Логистика / Logistics</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>Логистиканың мәні, оның тұжырымдамасы мен принциптері туралы теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру, материалдық ағындардың, логистикалық операциялар мен жүйелердің ерекшеліктерімен танысу, мамандық бойынша кәсіби қызмет жүйесінде логистикалық саясатты және тиісті сервисті әзірлеу бойынша құзыреттерді алу үшін барлық логистикалық процесті ұйымдастыруда дағдыларды дамыту</p>	<p>Формирование теоретических знаний и практических навыков о сущности логистики, ее концепции и принципах, знакомство с особенностями материальных потоков, логистических операций и систем, развитие навыков в организации всего логистического процесса для получения компетенций по разработке логистической политики и надлежащего сервиса в системе профессиональной деятельности по специальности</p>	<p>Formation of theoretical knowledge and practical skills about the essence of logistics, its concept and principles, familiarity with the features of material flows, logistics operations and systems, development of skills in the organization of the entire logistics process to obtain competencies in the development of logistics policy and proper service in the system of professional activity in the specialty</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - логистиканың мәнін, оның тұжырымдамасы мен принциптерін түсіну; - логистиканы қолданудың экономикалық әсерін анықтай білу; - материалдық ағындар өтуі тиіс оңтайлы жолдарды анықтау дағдыларын меңгеру; - өткізудің басым арналарын анықтау; - тиісті сервисті тұрақты басқару жүйесінде тарату саясатын әзірлеу. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать сущность логистики, ее концепцию и принципы; - уметь определять экономический эффект от использования логистики; - владеть навыками определения оптимальных путей, по которым должны пойти материальные потоки; - определять приоритетные каналы сбыта; - разрабатывать распределительную политику в системе регулярного управления надлежащим сервисом. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the essence of logistics, its concept and principles; - be able to determine the economic effect of using logistics; - possess the skills to determine the optimal ways in which material flows should go; - identify priority sales channels; - develop a distribution policy in the system of regular management of the appropriate service.
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетингі басқару	Управление маркетингом	Marketing Management

<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Логистиканың мәні. Материалдық ағындар. Логистикалық операциялар және жүйелер. Сатып алу логистикасы. Өндірістік логистика. Тарату логистикасы. Көлік логистикасы. Ақпараттық логистика. Логистикадағы қорлар. Қоймалау, жүк реттеу, буу. Логистикалық әкімшілік. Жаһандық логистикалық жүйелер.</p>	<p>Сущность логистики. Материальные потоки. Логистические операции и системы. Закупочная логистика. Производственная логистика. Распределительная логистика. Транспортная логистика. Информационная логистика. Запасы в логистике. Складирование, грузопереработка и упаковка. Логистическое администрирование. Глобальные логистические системы.</p>	<p>The essence of logistics. Material flows. Logistics operations and systems. Procurement logistics. Production logistics. Distribution logistics. Transport logistics. Information logistics. Inventory in logistics. Warehousing, cargo handling and packaging. Logistics administration. Global logistics systems.</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Досмакова А.Е.	Тобылов К.Т.

<i>Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Fundamentals of strategic management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушыларда ұйымды стратегиялық басқару саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру	формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области стратегического управления организацией	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of strategic management of the organization
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық менеджменттің әдіснамалық негіздері мен санаттарын түсіну; - ұйымның ішкі жағдайын және бәсекелестік жағдайын бағалауды жүргізе алады; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларының болуы; - ұйым жұмыс істейтін саланың жай-күйі мен даму динамикасын бағалау; олардың өзара байланысында стратегиялық және жедел мақсаттарды анықтау; ұйымның күшті және әлсіз жақтарын, сыртқы ортадан туындайтын мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтау	После успешного завершения курса обучающиеся будут: – понимать методологические основы и категории стратегического менеджмента; – смогут проводить оценку внутреннего состояния и конкурентного положения организации; – обладать навыками проведения количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; – оценивать состояние и динамику развития отрасли, в которой действует организация; определять стратегические и оперативные цели в их взаимосвязи; выявлять сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы, исходящие от внешней среды	After successful completion of the course, students will be: - understand the methodological foundations and categories of strategic management; - be able to assess the internal state and competitive position of the organization; - have the skills to conduct quantitative and qualitative analysis for making management decisions; - assess the state and dynamics of the development of the industry in which the organization operates; determine strategic and operational goals in their relationship; identify the strengths and weaknesses of the organization, opportunities and threats from the external environment
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу	Разработка управленческих решений	Development of managerial decisions
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Стратегиялық менеджменттің мәні мен мазмұны. Ұйымның миссиясы мен мақсаттарының рөлі. Бизнес-бірлік стратегиясының ерекшеліктері. Корпоративтік стратегия: бизнес түрлерінің пакетін басқару. Ұйымның сыртқы ортасын талдау және бағалау. Компанияның ішкі	Сущность и содержание стратегического менеджмента. Роль миссии и целей организации. Особенности стратегии бизнес-единицы. Корпоративная стратегия: управление пакетом видов бизнеса. Анализ и оценка внешней среды организации. Анализ и оценка внутренней	The essence and content of strategic management. The role of the organization's mission and goals. Features of the business unit strategy. Corporate strategy: managing a package of business types. Analysis and evaluation of the external environment of the organization. Analysis and evaluation of the internal environment of the

<p>ортасын талдау және бағалау. Компанияның бәсекелестік стратегиясы. Корпоративтік әртараптандыру стратегиялары. Әртараптандырылған компанияларды Стратегиялық талдау. Стратегияны әзірлеу және іске асыру. Персоналды басқару стратегиясы. Стратегиялық өзгерістерді басқару. Ұйымның стратегиясын іске асырудағы мәдениеттің рөлі. Қазақстандағы стратегиялық менеджменттің ерекшеліктері. Жаһандық интеграция жағдайындағы мемлекеттердің Даму стратегиясы.</p>	<p>среды компании. Конкурентные стратегии компании. Корпоративные стратегии диверсификации. Стратегический анализ диверсифици- рованных компаний. Разработка и реализации стратегии. Стратегия управления персоналом. Управление стратегическими изменениями. Роль культуры в реализации стратегии организации. Особенности стратегического менеджмента в Казахстане. Стратегия развития государств в условиях глобальной интеграции.</p>	<p>company. Competitive strategies of the company. Corporate diversification strategies. Strategic analysis of diversified companies. Development and implementation of the strategy. The strategy of personnel management. Managing strategic changes. The role of culture in the implementation of the organization's strategy. Features of strategic management in Kazakhstan. Strategy for the development of states in the context of global integration.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		

<i>Қызмет көрсету саласының маркетингі/ Маркетинг сферы услуг /Service sector marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушыларда тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін басқару және анықтау бойынша теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.	Формирование у обучающихся достаточных для успешной профессиональной деятельности знаний и умений в области маркетинга услуг	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in managing and determining the level of competitiveness of goods and enterprises.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігі теориясы бойынша негізгі іргелі білімді түсіну - сала ерекшелігін ескере отырып, өнімдер мен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесін қолдана білу;; - кәсіпорынның бәсекелестік ортасын диагностикалау әдістемесін меңгеру; - кәсіпорын мен тауардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтауға құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - понимать основные фундаментальные знания по теории конкурентоспособности предприятий -уметь применять методики оценки конкурентоспособности продукции и предприятий с учетом специфики отрасли; -владеть методикой диагностики конкурентной среды предприятия; - компетентными в определении уровня конкурентоспособности товара и предприятия.	After successful completion of the course, students will be: - understand the basic fundamental knowledge of the theory of enterprise competitiveness - be able to apply methods for assessing the competitiveness of products and enterprises, taking into account the specifics of the industry; - master the methodology of diagnostics of the competitive environment of the enterprise; - competent in determining the level of competitiveness of the product and the enterprise.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетингі басқару	Управление маркетингом	Marketing Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Қызмет маркетинг объектісі ретінде. Отандық тәжірибеде қызметтерді дамыту. Макросреда индустрия сервис. Қызметтердің жіктелуі. Қызмет тауар ретінде. Қызмет маркетингінің ерекшеліктері. Маркетингтік ақпарат. Маркетингтік зерттеулердің бағыттары мен негізгі кезеңдері. Тұтынушылардың қызмет көрсету нарығындағы мінез-құлқы. Нарықты сегменттеу. Мақсатты сегменттерді таңдау.	Услуга как объект маркетинга. Развитие услуг в отечественной практике. Макросреда индустрии сервиса. Классификация услуг. Услуга как товар. Особенности маркетинга услуг. Маркетинговая информация. Направления и основные этапы маркетинговых исследований. Поведение покупателей на потребительском рынке услуг. Сегментирование рынка. Выбор целевых	The service as a marketing object. Development of services in domestic practice. Macro environment of the service industry. Classification of services. Service as a product. Features of service marketing. Marketing information. Directions and main stages of marketing research. The behavior of buyers in the consumer market of services. Market segmentation. Select target segments. Positioning. Development of a new type of product-service. The product life cycle is a service. Strategic

<p>Позициялау. Тауардың жаңа түрін-қызметті әзірлеу. Өнімнің өмірлік циклі-бұл қызмет. Стратегиялық жоспарлау, қызмет маркетингін жоспарлау, бақылау. Қазақстан экономикасының салаларында маркетингті қолдану ерекшеліктері.</p>	<p>сегментов. Позиционирование. Разработка нового вида товара-услуга. Жизненный цикл товара – услуга. Стратегическое планирование, планирование маркетинга услуг, контроль. Особенности применения маркетинга в отраслях экономики Казахстана.</p>	<p>planning, service marketing planning, control. Features of the application of marketing in the sectors of the economy of Kazakhstan.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Бәсекеге қабілеттілігін басқару/Управление конкурентоспособностью/Management of competitiveness</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушыларда тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін басқару және анықтау бойынша теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.	формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по управлению и определению уровня конкурентоспособности товара и предприятия.	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in managing and determining the level of competitiveness of goods and enterprises.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігі теориясы бойынша негізгі іргелі білімді түсіну - сала ерекшелігін ескере отырып, өнімдер мен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесін қолдана білу;; - кәсіпорынның бәсекелестік ортасын диагностикалау әдістемесін меңгеру; - кәсіпорын мен тауардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтауға құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - понимать основные фундаментальные знания по теории конкурентоспособности предприятий - уметь применять методики оценки конкурентоспособности продукции и предприятий с учетом специфики отрасли; - владеть методикой диагностики конкурентной среды предприятия; - компетентными в определении уровня конкурентоспособности товара и предприятия.	After successful completion of the course, students will be: - understand the basic fundamental knowledge of the theory of enterprise competitiveness - be able to apply methods for assessing the competitiveness of products and enterprises, taking into account the specifics of the industry; - master the methodology of diagnostics of the competitive environment of the enterprise; - competent in determining the level of competitiveness of the product and the enterprise.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетингі басқару	Управление маркетингом	Marketing Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бәсекелестік және бәсекеге қабілеттілік теориясының негіздері. Бәсекеге қабілеттіліктің әдіснамалық аспектілері. Бәсекеге қабілетті стратегиялық басқару шешімдерін әзірлеу негіздері. Өр түрлі объектілердің бәсекелестік артықшылықтарын жіктеу. Өнім сапасы мен тұтынушылар сервисін басқару әдістері. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін, ұйымды, басқару жүйесінің әлеуеті мен сапасын	Основы теории конкуренции и конкурентоспособности. Методологические аспекты конкурентоспособности. Основы разработки конкурентоспособных стратегических управленческих решений. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов. Методы управления качеством продукции и сервиса потребителей. Оценка конкурентоспособности товара,	Fundamentals of the theory of competition and competitiveness. Methodological aspects of competitiveness. The foundations for the development of competitive strategic management decisions. Classification of competitive advantages of various objects. Methods of product quality management and consumer service. Assessment of the competitiveness of the product, organization, potential and quality of the management system. Competitiveness and competitive strategies.

бағалау. Бәсекеге қабілеттілік және бәсекелестік стратегия.	организации, потенциала и качества системы управления. Конкурентоспособность и конкурентные стратегии.	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

<i>Интернет-маркетинг / Интернет-маркетинг / Internet Marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Маркетингтік міндеттерді шешу мақсатында кәсіпорындардың шаруашылық қызметі барысында пайдаланылатын интернет-маркетингтің қазіргі заманғы тұжырымдамасы туралы жүйелі түсінікті қалыптастыру.	Формирование системного представления о современной концепции интернет-маркетинга, используемой в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач.	Forming future competence specialists to use marketing tools directly or indirectly related to the Internet when promoting a website, analyzing the market and competitive environment to ensure stable development and sustainable growth of a company or enterprise
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинг мәселелерін шешу, жобалау үшін Интернет технологияларын дамыту және қолдану ерекшеліктерін түсіну жарнамалық науқандар; - Интернет-жоба өмірінің барлық циклін құруды және сипаттауды үйрену, - жоба өмірінің барлық бағыттары бойынша аналитикалық есептер дайындай алады (нарықты талдау, бәсекелестікті бағалау, жылжыту тәсілдері, аудиториямен жұмыс істеу тәсілдері, сандық көрсеткіштер, қаржыландыру көздері; - сайттардың тиімділігін зерттеу және технологияларды тәжірибеде қолданудың негізгі әдістерінің Интернет-маркетингін жобалау дағдыларын меңгеру 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать особенности развития и применения технологий Интернет для решения маркетинговых задач, для проектирования рекламных кампаний; - научиться составлять и описывать весь цикл жизни Интернет-проекта, - смогут подготавливать аналитические отчеты по всем направлениям жизнедеятельности проекта (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования; - владеть навыками исследования эффективности сайтов и проектирования Интернет-маркетинга основных методов практического применения технологий 	<p>After successful completion of the course, students will be must know:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the specifics of the development and application of Internet technologies for solving marketing tasks, for designing advertising campaigns; - learn how to compose and describe the entire life cycle of an Internet project, - they will be able to prepare analytical reports on all areas of the project's life (market analysis, competition assessment, promotion methods, approaches to working with the audience, quantitative indicators, sources of funding; - possess the skills of researching the effectiveness of websites and designing Internet marketing of the main methods of practical application of technologies
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
маркетинг	маркетинг	marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетингтік мақсаттар үшін интернетті	Возможности использования интернет для	Internet marketing in modern conditions. Means of

пайдалану мүмкіндіктері. Кәсіпорынның Веб-сайты. Іздеу маркетингі. Электрондық пошта маркетинг құралы ретінде. Интернет желісіндегі жарнама. Этикалық емес жылжыту әдістері. Серіктестік маркетинг. Маркетингте әлеуметтік медианы пайдалану. Интернеттегі маркетинг жоспары	маркетинговых целей. Веб-сайт предприятия. Поисковый маркетинг. Электронная почта как инструмент маркетинга. Реклама в сети интернет. Неэтичные методы продвижения. Партнерский маркетинг. Использование социальных сетей в маркетинге. План маркетинга в сети интернет	marketing communications on the Internet. Contextual advertising. Search engine website promotion. Banner advertising technologies. Internet audience. The basic principles of working with the audience of the site. Media Planning. Analysis of the effectiveness of online advertising. Web analytics. Strategy, planning in Internet marketing. Evaluation of the effectiveness of Internet marketing activities.
көптілді топта оқыту тілі ағылшын	язык обучения в полиязычной группе английский	the language of instruction in the multilingual group is English
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

Маркетингтегі ақпараттық жүйелер мен модельдеу/ Информационные системы и моделирование в маркетинге / Information systems and simulation in marketing

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

<p>Маркетингте заманауи ақпараттық технологияларды қолдану мүмкіндіктері туралы жүйелік идеяны қалыптастыру. «1С:Бухгалтерия 8» .СЕӨС салық есептілігі нысандарын толтыру үшін. Project Ex-pert-те қаржылық талдау үшін бағдарламаларды құру дағдылары мен құзыреттіліктерін дамыту. маркетингтегі ақпараттық жүйелерді практикалық қолдану саласындағы қосымшаларды тестілеу және талдау.</p>	<p>Формирование системного представления о возможностях использования современных информационных технологий в маркетинге. Обучение программе «1С:Бухгалтерия 8» для заполнения форм налоговой отчетности в СОНО. Развитие навыков и компетенций по настройке программ для финансового анализа в Project Ex-pert., тестирования и анализа приложений в области практического использования информационных систем в маркетинге.</p>	<p>Formation of a systematic view of the possibilities of using modern information technologies in marketing. Training in the program: «1С: Accounting 8» for filling out tax reporting forms in SONO. Development of skills and competencies in setting up programs for financial analysis in Project Ex-pert, testing and analyzing applications in the field of practical use of information systems in marketing.</p>
--	---	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - пайдалану әдістемесін түсіну үшін заманауи ақпараттық технологияларды экономиканың түрлі салаларын, бухгалтерлік және салықтық есеп саласындағы жаңа технологияларды білу; - 1С:бухгалтерияны 8 пайдалана алады, СОНО-ға салық есептілігі нысандарын толтыру және жіберу, ProjectExpert-те қаржылық талдауды әзірлеу; - баптау дағдыларына ие болу қаржылық талдауға арналған бағдарламалар, тестілеу және қосымшаларды талдау облыста құзыретті маркетингте ақпараттық жүйелердің модельдерін практикалық қолдану</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут: - понимать методику использования Современных информационных технологий для различных отраслей экономики, знать новейшие технологии в области бухгалтерского и налогового учета; - смогут использовать 1С:Бухгалтерия 8; заполнять и отправлять формы налоговой отчетности в СОНО, разрабатывать финансовый анализ в ProjectExpert - обладать навыками настройки программ для финансового анализа, тестирования и анализа приложений - компетентными в области практического использования моделей информационных систем в маркетинге</p>	<p>After successful completion of the course, students will be: - understand the methodology of using modern information technologies for various sectors of the economy, know the latest technologies in the field of accounting and tax accounting; - will be able to use 1С:Accounting.8; fill out and submit tax reporting forms to SONO, develop financial analysis in ProjectExpert - have the skills to configure programs for financial analysis, testing and analyzing applications - competent in the field of practical use of information system models in marketing</p>
--	---	---

<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Бухгалтерлік есеп және аудит	Бухгалтерский учет и аудит	Accounting and audit
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Экономикадағы және экономикадағы ақпараттық процестер ААЖ құру әдістемесі. Қалыптастыру 1С қаржылық есеп беру: Бухгалтерия 8.Н. ProjectExpert мысалында мамандандырылған қаржылық талдау бағдарламалары. СОНО салық есептілігін қалыптастыру жүйелері.</p> <p>Қаржылық есептілік модулі. Реттелетін есеп беру. Интеграция 1С: Бухгалтерия 8.х. және СОНО. Салық есептілігін өңдеу бағдарламаларының эволюциясы. СОНО. Электронды кабинет налогоплательщица. Профиль. Салық мәлімдемелер. ЭФНО. ProjectExpert Мүмкіндіктері. Қаржылық талдау әдістері. компанияның тиімділігін арттыру үшін қаржылық талдаудың мақсаты мен артықшылықтары.</p>	<p>Информационные процессы в экономике и методика создания АИС. Формирование финансовой отчетности в 1С:Бухгалтерия 8.х. Специализированные программы финансового анализа на примере ProjectExpert. Системы формирования налоговой отчетности СОНО.</p> <p>Модуль финансовой отчетности. Регламентированная отчетность. Интеграция 1С:Бухгалтерия 8.х. и СОНО. Эволюция программ обработки налоговой отчетности. СОНО. Электронный кабинет налогоплательщица. Профиль. Налоговые заявления. ЭФНО. Возможности ProjectExpert. Методики финансового анализа. назначение и преимущества финансового анализа для повышения эффективности деятельности фирмы.</p>	<p>Information processes in the economy and methods of creating AIS. Formation of financial statements in 1С: Accounting 8. х. Specialized programs of financial analysis on the example of ProjectExpert. SONO tax reporting systems. Financial reporting module. Regulated reporting. Integration of 1С:Accounting 8.х. and SONO. The evolution of the treatment programs tax reporting. SONO. E-cabinet taxpayer. Profile. Tax statements. ERRO. ProjectExpert features. Methods of financial analysis. purpose and benefits of financial analysis to improve the efficiency of the company.</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Жусупбекова Г.И.	Жусупбекова Г.И.	Жусупбекова Г.И.

<i>Трейд - маркетинг / Трейд -маркетинг / Treid -marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттерде сауда (сауда) маркетингінің мазмұны, мақсаттары және ерекшеліктері туралы жүйелі түсінік қалыптастыру. Пән маркетингтік зерттеулердің әртүрлі әдістерін қолдануға, проблемалық-бағытталған ақпаратты жинауға және осы деректерді түсіндіруге үйретеді. Сауда ісінде маркетингтік қызметті дербес ұйымдастыру және жүргізу дағдыларын дамытады.	Формирование у студентов системного представления о содержании, целях и особенностях торгового (трейд) маркетинга. Дисциплина учит применять различные методы маркетинговых исследований, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные. Развивает навыки в самостоятельной организации и проведении маркетинговой деятельности в торговом деле.	Formation of students ' systematic understanding of the content, goals and features of trade (trade) marketing. The discipline teaches how to apply various methods of market research, collect problem-oriented information, and interpret this data. Develops skills in the independent organization and conduct of marketing activities in the trade business.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - трейд-маркетингтің теориялық және әдіснамалық аспектілерін түсіну; - түрлі құралдарды қолдана білу сауда маркетингі; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді дербес ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру дағдыларын меңгеру; - маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруға және өткізуге, сауда ұйымдарында маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды жасауға және іске асыруға құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –понимать теоретические и методологические аспекты трейд-маркетинга; –уметь применять различные инструменты торгового маркетинга; –владеть навыками самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; –компетентны в организации и проведении маркетинговых мероприятий, составлении и реализации маркетинговых планов и программ в торговых организациях.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical and methodological aspects of trade marketing; –be able to apply various trade marketing tools; - possess the skills of independent organization and conduct of marketing research in a particular market, analysis and interpretation of results; - are competent in organizing and conducting marketing events, drawing up and implementing marketing plans and programs in trade organizations.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Белсенді сату техникасы, Маркетинг	Техника активных продаж, Маркетинг	Active Sales Techniques, Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Сауда қызметіндегі маркетинг тұжырымдамасы. Тауар айналымы	Концепция маркетинга в торговой деятельности. Маркетинг в сфере	The concept of marketing in trading activities. Marketing in the field of commodity circulation.

<p>саласындағы Маркетинг. Материалдық өндіріс саласындағы сауда. Фирмаішілік жоспарлау. Аутсорсинг қызметтерінің маркетингі. Сауданы басқарудың ұйымдастырушылық формалары. Сауда маркетингі. Сауда маркетингіндегі Маркетингтік коммуникациялар.Сыртқы экономикалық қызмет. Саудадағы маркетингтің тиімділігі</p>	<p>товарного обращения. Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга. Организационные формы управления торговлей. Маркетинг торговли. Маркетинговые коммуникации в торговом маркетинге.Внешнеэкономическая деятельность. Эффективность маркетинга в торговле</p>	<p>Commerce of the sphere of material production. Intra-company planning. Marketing of outsourcing services. Organizational forms of trade management. Trade marketing. Marketing communications in trade marketing.Foreign economic activity. Marketing effectiveness in trade</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

<i>Event-маркетинг/Event-маркетинг/Event-marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Оқушыларда оқиғалар (сауда) маркетингінің мазмұны, мақсаттары және ерекшеліктері туралы жүйелі түсінік қалыптастыру. Пән алға жылжытудың технологиялары мен техникаларымен таныстырады бағдарламалық пакеттер негізінде жаңа ақпараттық технологиялармен жұмыс істеу үшін қажетті арнайы білім мен дағдыларды алу, тұтынушы мен бренд арасында эмоционалды байланыс құратын арнайы іс-шараларды құру және ұйымдастыру арқылы тауарлар мен қызметтер.	Формирование у студентов системного представления о содержании, целях и особенностях событийного (трейд) маркетинга. Дисциплина знакомит с технологиями и техниками продвижения товара или услуги с помощью создания и организации специальных мероприятий, создающих эмоциональные связи между потребителем и брендом, приобретение ими специальных знаний и умений, необходимых для работы с новыми информационными технологиями на базе программных пакетов.	Formation of students ' systematic understanding of the content, goals and features of event (trade) marketing. The discipline introduces technologies and techniques for promoting a product or service through the creation and organization of special events that create emotional connections between the consumer and the brand, the acquisition of special knowledge and skills necessary to work with new information technologies based on software packages.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - event-маркетингтің теориялық және әдіснамалық аспектілерін түсіну; - түрлі құралдарды қолдана білу оқиғалар маркетингі; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді дербес ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру дағдыларын меңгеру; - оқиғалық іс-шараларды ұйымдастыруға және өткізуге, компанияларда маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды жасауға және іске асыруға құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –понимать теоретические и методологические аспекты event - маркетинга; –уметь применять различные инструменты событийного маркетинга; –владеть навыками самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; –компетентны в организации и проведении событийных мероприятий, составлении и реализации маркетинговых планов и программ в компаниях.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical and methodological aspects of event marketing; –be able to use various event marketing tools; - possess the skills of independent organization and conduct of marketing research in a particular market, analysis and interpretation of results; - competent in organizing and conducting event events, drawing up and implementing marketing plans and programs in companies.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Event Marketing құру құралы ретінде және брендті жылжыту. Оқиғалар маркетингі, оның медиа жарнамадағы рөлі мен орны. Топтың жұмысын ұйымдастыру және акцияларды өткізу логистикасы. Event Marketing-те акцияларды өткізу сценарийлерін жоспарлау және әзірлеу ерекшеліктері.</p>	<p>Event Marketing как инструмент создания и продвижения бренда. Событийный маркетинг, его роль и место в медиа-рекламе. Организация работы команды и логистика проведения акций. Особенности планирования и разработки сценариев проведения акций в Event Marketing.</p>	<p>Event Marketing as a tool for creating and promoting a brand. Event marketing, its role and place in media advertising. Organization of the team's work and logistics of promotions. Features of planning and developing scenarios for conducting promotions in Event Marketing.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Калкабаева А.Е.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Стратегиялық маркетинг / Стратегический маркетинг / Strategic Marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
студенттерде стратегиялық маркетингтің мықты теориялық білімі мен практикалық дағдыларын қалыптастыру, компанияның саладағы жағдайын және оның алдында тұрған мәселелерді талдауға және сессиялық қызмет жағдайында таңдалған стратегияны негіздей білуге үйрету	формирование у студентов прочных теоретических знаний и практических навыков стратегического маркетинга, обучение анализу положения фирмы в отрасли и стоящих перед ней проблем, и умению обосновывать выбранную стратегию в условиях профессиональной деятельности	formation of students ' solid theoretical knowledge and practical skills of strategic marketing, training in the analysis of the company's position in the industry and the problems facing it, and the ability to justify the chosen strategy in the conditions of professional activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық маркетингтің негізгі әдістемелік негіздерін түсіну, - олар компанияның саладағы жағдайына және оның алдында тұрған проблемаларға талдау жасай алады, - бірнеше баламалардың стратегиясын таңдау кезінде шешім қабылдаудың ғылыми әдістерін меңгеруді үйрену. - өзара байланыстағы стратегиялық және жедел мақсаттарды анықтауда; ұйымның күшті және әлсіз жақтарын, сыртқы ортадан туындайтын мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауда құзыретті.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: -понимать основные методические основы стратегического маркетинга, –смогут проводить анализ положения фирмы в отрасли и стоящих перед ней проблем, - научиться владеть научными методами принятия решения при выборе стратегии из нескольких альтернатив. - компетентными в определении стратегических и оперативных целей в их взаимосвязи; в выявлении сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз, исходящих от внешней среды.	After successful completion of the course, students will be: - understand the basic methodological foundations of strategic marketing, - will be able to analyze the position of the company in the industry and the problems facing it, - learn to master the scientific methods of decision-making when choosing a strategy from several alternatives. - competent in defining strategic and operational goals in their interrelationship; in identifying the strengths and weaknesses of the organization, opportunities and threats from the external environment.
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетингтік талдау	Маркетингтік анализ	Marketing Analysis
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Стратегиялық маркетингтің қалыптасуы мен дамуының негізгі кезеңдері. Оның дамуы мен басқарылуына әсер ететін стратегиялық маркетингтің қазіргі принциптері мен факторлары. Ұйымның маркетингтік	Основные этапы становления и развития стратегического маркетинга. Современные принципы и факторы стратегического маркетинга, влияющие на его развитие и управление. Методология разработки	The main stages of the formation and development of strategic marketing. Modern principles and factors of strategic marketing that influence its development and management. Methodology for developing an organization's marketing strategy.

<p>стратегиясын әзірлеу әдістемесі. Нарықтағы кәсіпорын үшін маркетингтік стратегияларды жіктеу және таңдау. Маркетингтік қызметті стратегиялық және ағымдағы жоспарлау. Компанияның стратегиялық жоспарын әзірлеу және маркетингтік бюджетін есептеу. Кәсіпорынның стратегиялық маркетингтік қызметінің тиімділігін бақылау және бағалау.</p>	<p>маркетинговой стратегии организации. Классификация и выбор маркетинговых стратегий для предприятия на рынке. Стратегическое и текущее планирование маркетинговой деятельности. Разработка стратегического плана и расчет бюджета маркетинга фирмы. Контроль и оценка эффективности стратегической маркетинговой деятельности предприятия.</p>	<p>Classification and selection of marketing strategies for the enterprise in the market. Strategic and current planning of marketing activities. Development of a strategic plan and calculation of the company's marketing budget. Monitoring and evaluating the effectiveness of the company's strategic marketing activities.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Агромаркетинг / Агромаркетинг / Agromarketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Агромаркетингтің мәні мен мазмұны, оның агроөнеркәсіптік кешенді басқарудағы рөлі мен мақсаттары туралы білімді қалыптастыру. Аграрлық салада маркетингтік құралдарды пайдалану дағдыларын дамыту.	Формирование знаний о сущности и содержании агромаркетинга, его роли и целей в управлении АПК. Развитие навыков в использовании маркетинговых инструментов в аграрной сфере.	Formation of knowledge about the essence and content of agromarketing, its role and goals in the management of the agro-industrial complex. Development of skills in the use of marketing tools in the agricultural sector.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - тиімді агромаркетингтің теориялық аспектілерін, басқару жүйесін және технологиясын түсіну; - ұйымдардың қызметінде заманауи маркетингтік құралдарды қолдану АӨК; - кәсіби салада маркетингтік ғылыми зерттеулер жүргізудің әдіснамасы мен әдістемесін меңгеру; - АӨК-де стратегиялық және маркетингтік жоспарларды, баға стратегиялары мен бағдарламаларын әзірлеу дағдыларына ие болу.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - понимать теоретические аспекты, систему управления и технологии эффективного агромаркетинга; – применять современные маркетинговые инструменты в деятельности организаций АПК; - владеть методологией и методикой проведения маркетинговых научных исследований в профессиональной сфере; - иметь навыки по разработке стратегических и маркетинговых планов, ценовых стратегий и программ в АПК.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical aspects, management system and technologies of effective agromarketing; - apply modern marketing tools in the activities of organizations Agroindustrial complex; - master the methodology and methodology of conducting marketing research in the professional field; - have the skills to develop strategic and marketing plans, pricing strategies and programs in the agro-industrial complex.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Агромаркетингтің теориялық аспектілері. Агромаркетингті басқару жүйесі. Тиімді агромаркетинг технологиясы. Маркетингтік гуманитарология. Агромаркетинг кешені. Агроапркетинг жүйесіндегі Консалтинг. АӨК ұйымының агромаркетинг жүйесі. Агромаркетингті басқарудың аймақтық	Теоретические аспекты агромаркетинга. Система управления агромаркетингом. Технология эффективного агромаркетинга. Маркетинговая гуманитарология. Комплекс агромаркетинга. Консалтинг в системе агроапркетинга. Система агромаркетинга организации АПК.	Theoretical aspects of agromarketing. Agromarketing management system. Effective agromarketing technology. Marketing humanitarianism. Set of agromarketing. Consulting in the system agromarketing. Agromarketing system of the agribusiness organization. Regional agromarketing management system.

жүйесі	Региональная система управления агроткетингом	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.

<i>Өнеркәсіптік маркетинг/Промышленный маркетинг/Industrial Marketer</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Өндірістік менеджменттің мәні, мәні және ерекшеліктері туралы теориялық білімді қалыптастыру. Өнеркәсіптік кәсіпорынды басқарудағы менеджменттің заманауи әдістерімен танысу. Өндірістік ұйымдардың қызметі туралы талдамалық материалдарды дайындауда Дағдылар мен құзыреттерді дамыту.	Формирование теоретических знаний о сущности, значении и особенностях промышленного маркетинга. Знакомство с современными методами маркетинга в управлении промышленным предприятием. Развитие навыков и компетенций в подготовке аналитических материалов о деятельности производственных организаций.	Formation of theoretical knowledge about the essence, meaning and features of production management. Introduction to modern management methods in the management of an industrial enterprise .Development of skills and competencies in the preparation of analytical materials on the activities of production organizations.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - өнеркәсіптік маркетингтің теориялық тұжырымдамаларын түсіну; - өндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, нақты өндіріс объектілерінде өз білімдерін іске асыру; - мінез-құлық дағдыларына ие болу маркетингтік зерттеулер жүргізу;нарықты саралау және жайғастыру, өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын әзірлеу үшін стратегиялық талдау және жоспарлау құралдарын тиімді қолдану	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –понимать теоретические концепции промышленного маркетинга; –реализовывать свои знания на конкретных объектах производства, осуществляя разработку производственных планов и их реализацию; – обладать навыками поведения маркетинговых исследований, проведения сегментирования и позиционирования рынка, эффективного применения инструментов стратегического анализа и планирования для разработки маркетинговой стратегии промышленного предприятия	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical concepts of industrial marketing; - implement their knowledge on specific production facilities, developing production plans and implementing them; - possess the skills of conducting marketing research; conducting market segmentation and positioning, and effectively using strategic analysis and planning tools to develop the marketing strategy of an industrial enterprise
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі	Маркетинг инновационной продукции и услуг	Marketing of innovative products and services
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Өнеркәсіптік маркетингке кіріспе. Ұйымдардағы сатып алу функциялары –	Введение в промышленный маркетинг. Функции закупки в организациях –	Introduction to Industrial Marketing. Purchasing functions in customer organizations. New

<p>тапсырыс берушілер. Сатып алу операцияларына әсер ететін жаңа технологиялар. Өнеркәсіптік ортада сатып алу процесі. Өнеркәсіптік нарықтың маркетингтік мүмкіндіктерін талдау. Өнеркәсіптік нарықтарды маркетингтік зерттеу. Өнеркәсіптік сегменттеу нарық. Өнеркәсіптік маркетинг кешені. Өнеркәсіптік бөлу өнімдер мен тауар қозғалысы. Кәсіпорынның баға саясаты. Маркетингтік коммуникациялар. Өндірістік ұйымдардың маркетингтік басқармасы. Ұйымдастыру түрлері маркетинг бөлімшелерінің құрылымы. Маркетингтік жоспарлау.</p>	<p>заказчиков. Новые технологии влияющие на закупочные операции. Процесс покупки в промышленной среде. Анализ маркетинговых возможностей промышленного рынка. Маркетинговые исследования промышленных рынков. Сегментирование промышленного рынка. Комплекс промышленного маркетинга. Распределение промышленных продуктов и товародвижения. Ценовая политика предприятия. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговое управление в производственных организациях. Разновидности организационных структур маркетинговых подразделений. Маркетинговое планирование.</p>	<p>technologies affecting purchasing operations. The buying process in an industrial environment. Analysis of the marketing opportunities of the industrial market. Marketing research of industrial markets. Segmentation of the industrial market. Industrial marketing complex. Distribution of industrial products and goods movement. Pricing policy of the company. Marketing communications. Marketing management in production organizations. Types of organizational structures of marketing departments. Marketing planning</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Өндірістік менеджменттің мәні, мәні және ерекшеліктері туралы теориялық білімді қалыптастыру. Өнеркәсіптік кәсіпорынды басқарудағы менеджменттің заманауи әдістерімен танысу. Өндірістік ұйымдардың қызметі туралы талдамалық материалдарды дайындауда Дағдылар мен құзыреттерді дамыту.	Формирование теоретических знаний о сущности, значении и особенностях промышленного маркетинга. Знакомство с современными методами менеджмента в управлении промышленным предприятием. Развитие навыков и компетенций в подготовке аналитических материалов о деятельности производственных организаций.	Formation of theoretical knowledge about the essence, meaning and features of production management. Introduction to modern management methods in the management of an industrial enterprise .Development of skills and competencies in the preparation of analytical materials on the activities of production organizations.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - өндірістік менеджменттің теориялық тұжырымдамаларын түсіну; - өндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, нақты өндіріс объектілерінде өз білімдерін іске асыру; - еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру бойынша іс-шараларды әзірлеу дағдыларына ие болу; - өнеркәсіптік өндірісті басқару саласында, жұмыс процестерін ұйымдастырудың технологиялық негіздері мәселелерінде құзыретті, өндірісте еңбекті ынталандыру құралдарын	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –понимать теоретические концепции промышленного маркетинга; –реализовывать свои знания на конкретных объектах производства, осуществляя разработку производственных планов и их реализацию; – обладать навыками разработки мероприятий по совершенствованию организации труда; – компетентными в области управления промышленным производством, в вопросах технологических основ организации рабочих процессов, владеть инструментами мотивации труда в производстве.	After successful completion of the course, students will be: - understand the theoretical concepts of production management; - implement their knowledge on specific production facilities, developing production plans and implementing them; - have the skills to develop measures to improve the organization of work; - be competent in the field of industrial production management, in the issues of technological foundations of the organization of work processes, possess tools for motivating labor in production.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Инновациялық менеджмент	Инновационный менеджмент	Innovation management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Кәсіпорын өндірістік жүйе және өндірістік	Предприятие как производственная	An enterprise as a production system and an object

<p>менеджмент объектісі ретінде. Өндірістік жүйенің ресурстық құрамы және кәсіпорынның техникалық-өндірістік базасы. Өндірісті басқару жүйесі. Өндірісті жоспарлау. Өнім, оны құру және өндірісті технологиялық дайындау. Өндірістік процестерді ұйымдастыру негіздері. Өндірісті жедел басқару. Өнімді өткізуді басқару. Өндіріске Көліктік қызмет көрсетуді басқару.</p>	<p>система и объект промышленного маркетинга. Ресурсный состав производственной системы и технико-производственная база предприятия. Система управления производством. Планирование производства. Продукт, его создание и технологическая подготовка производства. Основы организации производственных процессов. Оперативное управление производством. Управление сбытом продукции. Управление транспортным обслуживанием производства.</p>	<p>of production management. The resource composition of the production system and the technical and production base of the enterprise. Production management system. Production planning. The product, its creation and technological preparation of production. Fundamentals of the organization of production processes. Operational management of production. Product sales management. The management of the transport service production.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>