А.БАЙТҰРСЫНОВ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ ӨҢІРЛІК УНИВЕРСИТЕТІ
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.БАЙТУРСЫНОВА
A. BAITURSYNOV KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE COURSES

6В04106 Маркетинг / Маркетинг/ Marketing

2022 жылдардың жинағы үшін /для набора 2022 г.г.

ҚОСТАНАЙ, 2022

Құрастырушылар / Составители/ Compilers:
Калкабаева А.Е. – аға оқытушысы/ ст.преподаватель/ senior lecturer

Элективті пәндер каталогы.- Қостанай: А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ, 2022.- 70 б.
Каталог элективных дисциплин.- Костанай: КРУ имени А.Байтурсынова, 2022.- 70с.

Catalog of elective disciplines.- Kostanay: A. Baitursynov KRU, 2022. – 70 p.

Элективті пәндер каталогы қысқаша сипаттамасы, оқыту мақсаты, оқу мазмұны және күтілетін оқу нәтижесі көрсетілген таңдау компонентіне кіретін пәндер тізімін қамтиды. 2022 жылдарда қабылданған кредиттік технология бойынша оқитын бакалаврларға 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 бакалавров, обучающихся по кредитной технологии, набора 2022 годов.

The catalog of elective disciplines contains a list of elective disciplines and their brief description with the purpose of study, content and expected learning outcomes. It is intended for bachelors, studying on credit technology, the set of 2022.

А.Байтұрсынов атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 29.04.2022 ж. №3 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтурсынова, протокол от 29.04.2022 г. №3

Approved at the meeting of the educational and methodological council of A. Baitursynov KRU, minutes dated 29.04.2022 №3

© А.Байтұрсынов атындағы
Қостанай өңірлік университеті

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 electivecourses by semester

Пәннің атауы / Наименование дисциплины /Course name	Кредитте рсаны / 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	4
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		
Инклюзивті өзара әрекеттесу этикасы /Этика инклюзивного взаимодействия/ Ethics of inclusive interaction		
Көтерме-бөлшек сауда/Оптово-розничная торговля/Wholesale and retail trade	3	2
Агробизнестің экономикалық негіздері / Экономические основы агробизнеса / Economic bases of agribusiness		
Белсенді сату техникасы/Техника активных продаж/ Active sales technique	3	3
Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management		
Баға орнату / Ценообразование / Pricing	5	4
Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic lanning		
Мерчендайзинг/Мерчендайзинг/Merchandising	5	5
Жоспарлау жүйесі /Система планирования/ Planning system		
Бизнесті ұйымдастыру/Организация бизнеса/ Business Organization	5	5
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions		
Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative products andservices	3	5
Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management		
Брэндинг/Брэндинг/Brending	5	6
Персоналды басқару / Управление персоналом/ Personnel management		
Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis	5	6
Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis		
Логистика /Логистика / Logistics	5	6
Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Basics of Strategic Management		

Қызмет көрсету саласының маркетингі/ Маркетинг сферы услуг /Service sector marketing	5	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	5	7
Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management		
Minor		
Пән 1 / Дисциплина 1	5	5
Пән 2 / Дисциплина 2	5	5
Пән 3 / Дисциплина 3	5	6
Пән 4 / Дисциплина 4	5	6

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

Экология және тіршілік қауіпсіздігі / Экология и безопасность жизнедеятельности/ Ecology and Life Safety		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар -экологияның, тіршілік қауіпсіздігі мен тұрақты дамудың негізгі тұжырымдамаларын, антропогендік қызметтің әлеуметтік-экологиялық салдарын түсіну; -олардың жай-күйінің қауіпті деңгейінің туындауының алдын алу үшін табиғи және техногендік жүйелердің дамуы мен орнықтылығының зерделенген заңдылықтарын қолдану; - іске асырылған және ықтимал қауіптердің теріс әсерін және олардың деңгейлерін, антропогендік қызмет тәуекелдерін бағалау; - техносфераның қауіпсіздігін арттыру бойынша іс - шараларды жоспарлау; -өз бетінше жұмыс істеу, командада жұмыс істеу, шешім қабылдау, сыни ойлау, цифрлық және ақпараттық-компьютерлік технологияларды қолдану, ақпаратпен жұмыс істеу дағдыларына ие болу.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** - понимать основные концепции экологии, безопасности жизнедеятельности, устойчивого развития; социально-экологические последствия антропогенной деятельности; - применять изученные закономерности развития и устойчивости природных и техногенных систем для предупреждения возникновения опасного уровня их состояния; - оценивать негативное воздействие реализованных и потенциальных опасностей и их уровни, риски антропогенной деятельности; - планировать мероприятия по повышению безопасности техносферы; - обладать навыками самостоятельной работы, работы в команде, принятия решений, критического мышления, применения цифровых и информационно-компьютерных технологий, работы с информацией.	**After successful completion of the course, students will be** - understand the basic concepts of ecology, life safety, sustainable development; social and environmental consequences of anthropogenic activities; - 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 - assess the negative impact of realized and potential hazards and their levels, risks of anthropogenic activities; - plan measures to improve the safety of the technosphere; - have the skills of independent work, teamwork, decision-making, critical thinking, the use of digital and information and computer technologies, working with information.
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary		

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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager		
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		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар -Қазақстанның қолданыстағы заңнамасының негізгі ережелерін, Мемлекеттік басқару органдарының жүйесін, сондай-ақ сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың мәнін, себептері мен шараларын түсінетін болады; -оқиғалар мен әрекеттерді заң тұрғысынан талдайды; -нормативтік актілерді қолдану, сондай-ақ сыбайлас жемқорлықтың алдын алудың рухани-адамгершілік тетіктерін қолданады; -меңгеруі тиіс: түрлі құжаттарға құқықтық талдау жүргізу дағдылары, сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті жетілдіру дағдылары; -өз өмірінде сыбайлас жемқорлыққа қарсы құқықтық білімді қолдану; -білуге тиіс: сыбайлас жемқорлықтың мәні және оның пайда болу себептері; сыбайлас жемқорлық құқық бұзушылықтар үшін моральдық-адамгершілік және құқықтық жауапкершілік шаралары; -меңгеруі керек: моральдық сана құндылықтарын іске асыру және күнделікті практикада адамгершілік нормаларын ұстану; жастар арасында сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет деңгейін	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** - 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 культуры в молодежной среде.	**After successful completion of the course, students will be** - 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.

арттыру бойынша жұмыс жасау.		
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary		
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.	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.	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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager		
Байтасова М.Ж.	Аубакирова З.Б.	-

Экономика және кәсіпкерлік негіздері/ Основы экономики и предпринимательства/ Basics of economics and business		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты аяқтағаннан кейін студенттер меңгереді - 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
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary		
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

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

Көшбасшылық негіздері / Основы лидерства / Basics of Leadership		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - 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	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** - 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	**After successful completion of the course, students will be** - 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	
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary		
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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager		
Есімхан Г.Е.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

Инклюзивті өзара әрекеттесу этикасы /Этика инклюзивного взаимодействия/ Ethics of inclusive interaction		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Студенттер арасында инклюзивті өзара әрекеттестіктің инклюзивті мәдениеті мен әлеуметтік-психологиялық негіздерін қалыптастыру	Формирование у студентов инклюзивной культуры и социально-психологических основ инклюзивного взаимодействия	Formation of an inclusive culture and socio-psychological foundations of inclusive interaction among students
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар Әлеуметтік-психологиялық білімді мүгедек адамдармен қарым-қатынаста қолдану. Жеке құзыреттер қолдану мүгедектермен конструктивті қарым-қатынасты қалыптастыру үшін.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** Применять социально-психологические знания во взаимодействии с лицами с ОВЗ. Применять личностные компетенции для формирования конструктивного взаимодействия с лицами с ОВЗ.	**After successful completion of the course, students will be** Apply socio-psychological knowledge in interaction with persons with disabilities. Apply personal competencies to form constructive interaction with persons with disabilities.
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary		
Инклюзия бөлігі ретінде қарым-қатынас этикасы. Инклюзивті өзара әрекеттестіктің психологиялық негіздері. Мүгедектерді оңалту және әлеуметтік-психологиялық бейімдеу мәселелері; коммуникативтік құзыреттілік, өзара әрекет ету этикасы мен мәдениеті, мүгедектерді қабылдау стереотиптерін жеңу және олармен қарым-қатынас кезінде қарым-қатынас кедергілерін жеңу жолдары мен әдістері.	Этика общения как часть инклюзии. Психологические основы инклюзивного взаимодействия. Проблемы реабилитации и социально-психологической адаптации лиц с инвалидностью; коммуникативная компетентность, этика и культура взаимодействия, способы и методы преодоления стереотипов восприятия лиц с инвалидностью и преодоления коммуникативных барьеров при общении с ними.	Ethics of communication as part of inclusion. Psychological foundations of inclusive interaction. Perception of people with disabilities in society and culture. Problems of rehabilitation and socio-psychological adaptation of persons with disabilities; communicative competence, ethics and culture of interaction, ways and methods of overcoming stereotypes of perception of persons with disabilities and overcoming communicative barriers when communicating with them.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager		
Урдабаева Л.Е.	***Пархоменко И.А.***	***Рахматулина А.Р.***

Көтерме-бөлшек сауда/Оптово-розничная торговля/Wholesale and retail trade		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - коммерциялық қызметті ұйымдастыру процестерін және тауар қозғалысының әртүрлі буындарындағы сауда процестерінің технологияларын сипаттау; - өз білімін нақты сауда және қызмет көрсету объектілерінде қолдану; - сауда қызметін ұйымдастыруды бағалау және тауар қозғалысының әртүрлі буындарындағы ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, жеткізушілермен және сатып алушылармен белсенді сауда коммуникацияларын жүргізу..	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - описывать процессы организации коммерческой деятельности и технологии торговых процессов в различных звеньях товародвижения; - применять свои знания на конкретных объектах торговли и услуг; - оценивать 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:** - - to describe the processes of organizing commercial activities and technologies of trade processes in various parts of the commodity movement; - - apply their knowledge on specific objects of trade and services; - - evaluate the organization of trading activities and conduct active trade communications with suppliers and buyers, taking into account possible risks in various parts of the commodity movement..
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theory
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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

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	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	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
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Мерчендайзинг, Белсенді сату техникасы, Коммерциялық менеджмент	Мерчендайзинг, Техника активных продаж, Коммерческий менеджмент	Merchandising, Active sales techniques, Commercial Management
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е	Тобылов К.Т.

Агробизнестің экономикалық негіздері / Экономические основы агробизнеса / Economic bases of agribusiness		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - АӨК-те кәсіпкерлік қызметті жүзеге асырудың заңдылықтары, қағидаттары мен нысандарының негізгі макроэкономикалық процестері мен құбылыстарының мәнін жалпылау; - негізгі өндірістік ресурстардың құнын бағалау анықтамаларын бағалау; - - аграрлық кәсіпорынның алдында тұрған шаруашылық міндеттер кешенін шешу және орындаушылық та, басқарушылық та кәсіби мәселелерді шешуде оңтайлы шығу жолын табу мінезі.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - обощать сущность основных агроэкономических процессов и явлений закономерностей, принципов и формы осуществления предпринимательской деятельности в АПК; -оценивать определения стоимостной оценки основных производственных ресурсов; - решать комплекс 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:** - to summarize the essence of the main macroeconomic processes and phenomena of laws, principles and forms of entrepreneurial activity in the agro-industrial complex; - evaluate the definitions of the valuation of the main production resources; - - to solve a complex of economic tasks facing an agricultural enterprise and finding the optimal way out in solving professional problems of both executive and managerial nature..
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theory
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Агромаркетинг	Агромаркетинг	Agromarketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Баязитова И.А.	Нурахметова Г.С.	Баязитова И.А.

Белсенді сату техникасы/Техника активных продаж/Active sales techniques		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
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 проблемалы сатып алушылармен байланысу; - 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; - общаться 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; - communicate with problem buyers 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Көтерме-бөлшек сауда	Оптово-розничная торговля	Wholesale and retail trade organization
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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. Эффективныеметоды 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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Трейд – маркетинг, Мерчендайзинг	Трейд-маркетинг, Мерчендайзинг	Treid –marketing, Merchandising
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А	Калкабаева А.Е	Тобылов К.Т.

Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - коммерциялық менеджменттің мәнін, маңыздылығын сипаттау; қазіргі менеджмент қызметінің нақты сипаты; әлемдегі табысты фирмалардың коммерциялық менеджерлерінің тәжірибесі; - өз білімдерін нақты сауда және қызмет көрсету объектілерінде қолдану; нақты кәсіпорын мысалында SWOT-талдау жүргізу; сауда-технологиялық процесті ұйымдастыру; персоналды ынталандыру жүйесін дұрыс пайдалану; - сауда-материалдық құндылықтарды бақылауды жүзеге асыру; коммерциялық менеджменттің тиімділігін бағалау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** -описывать сущность, значение коммерческого менеджмента; специфический характер деятельности современного менеджмента; опыт деятельности коммерческих менеджеров преуспевающих фирм мира; –применять 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:** - to describe the essence and significance of commercial management; the specific nature of the activities of modern management; the experience of commercial managers of successful firms in the world; - apply your knowledge on specific objects of trade and services; conduct SWOT analysis on the example of a specific enterprise; organize the trade and technological process; correctly use the staff motivation system; - to control trade and material values; to evaluate the effectiveness of commercial management.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Көтерме-бөлшек сауда	Оптово-розничная торговля	Wholesale and retail trade
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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

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. Іскерлік қарым-қатынас және байланыс процесі. Көшбасшылық және көшбасшылық. Сауда менеджментінің экономикалық негіздері.	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.	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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Инновациялық менеджмент, Трейд - маркетинг	Инновационный менеджмент, Трейд - маркетинг	Innovation management, Treid -marketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А	Калкабаева А.Е	Тобылов К.Т.

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

Баға орнату / Ценообразование / Pricing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздерін, оқытылатын курстың негізгі категорияларын түсіндіру; - баға белгілеудің әртүрлі әдістерін қолдану; баға белгілеу саласындағы маркетингтік құралдарды пайдалану; - баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік проблемалар мен нақты нарықтық жағдайларды талдау тәртібін сипаттау; бағаны есептеудің заманауи әдістері мен әдістерін қолдану; баға белгілеу саласында шешім қабылдаудың ең ұтымды тәсілдерін таңдау; - дұрыс баға шешімін қабылдау үшін нарық конъюнктурасын бағалауда, ұйымның пайдасын арттыру үшін баға белгілеу әдісін таңдауда Құзыретті.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –объяснять методологические основы процесса ценообразования, основные категории изучаемого курса; - применять различные методы ценообразования; использовать маркетинговые инструменты в области ценообразования; –описывать порядок действий 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; –делать обзорконъюнктуры рынка для принятия правильного ценовогорешения, в выборе метода ценообразования для увеличения прибыли организации.	**After successful completion of the course, students will be:** -explain 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; -describe the procedure for analyzing marketing problems and specific market situations related to pricing issues; using modern techniques and methods of calculating prices; choosing the most rational ways of making decisions in the field of pricing; -to review market conditions in order to make the right price decision, in choosing a pricing method to increase the profit of the organization.

Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Микро-макроэкономика	Микро-макроэкономика	Micro-Macroeconomics
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Стратегиялық маркетинг	Стратегический маркетинг	Strategic Marketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т	Сейтова Г.Т	Тобылов К.Т.

Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic planning		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық талдау жүргізу және ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге бағытталған стратегиясын таңдау әдістері мен құралдарын жинақтау; - стратегиялық және бәсекелестік талдау жүргізу; бизнесті жоспарлау мен реинжинирингті жүзеге асыру; - жоспарлау процесінің қадамдық технологиясының дағдыларын, стратегияларды әзірлеу әдістерін; Стратегиялық жоспардың құжаттарын құрылымдау және ресімдеу дағдыларын көрсету; - ұйымның стратегиялық жоспарын әзірлеу тәртібін сипаттау және оны жүзеге асырудың нұсқаларын ұсыну.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - обобщать 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; - показывать навыки пошаговой технологии процесса планирования, методов разработки стратегий; навыков структурирования и оформления документов стратегического плана; - описывать порядок действий разработки стратегического плана организации и предложить варианты его реализации.	**After successful completion of the course, students will be:** -generalize methods and tools for conducting strategic analysis and choosing an organization's strategy aimed at ensuring its competitiveness; -conduct strategic and competitive analysis; carry out business planning and business reengineering; -show skills of step-by-step technology of the planning process, methods of strategy development; skills of structuring and execution of strategic plan documents; -describe the procedure for developing the strategic plan of the organization and propose options for its implementation.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
экономикалық теория	экономическая теория	economic theory
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Жоспарлау жүйесі	Система планирования	Planning system
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Мерчендайзинг /Мерчендайзинг /Merchandising		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.	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.	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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - сауда-саттықтың міндеттері мен функцияларын, сауда кәсіпорындары қызметінің тиімділігіне сауда-саттықтың әсерін, тауарларды орналастыру технологиясын, тауар топтарының тиімді орналасу схемаларын және тұтынушылардың психологиясын ескере отырып, сауда залында есеп айырысуды анықтау; - 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 сауда кеңістігін қалыптастыруды және ондағы тауарлардың таралуын ескере отырып тауар топтарының орналасуын және сауда залында орналасуын саралау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** – определять задачи и функции мерчандайзинга, влияние мерчандайзинга 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, эфффективно распределять торговое пространство магазина; - ранжировать расположение товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей и формирования торгового пространства и распределения товаров в нем.	**After successful completion of the course, students will be:** -to determine the tasks and functions of merchandising, the influence of merchandising on the efficiency of trading enterprises, the technology of product placement, effective layouts 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; -to rank the location of product groups and layouts 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.

Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Көтерме-бөлшек сауда, Техника активных продаж	Оптово-розничнаяторговля, Белсенді сату техникасы	Wholesale and retail trade, Active sales technique
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Трейд – маркетинг, Маркетингтік коммуникациялар	Трейд –маркетинг, Маркетинговые коммуникации	Marketing communications, Treid -marketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Жоспарлау жүйесі /Система планирования / Planning system		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық жоспарлаудың жалпы тұжырымдамасын және жоспарлау стратегиясын әзірлеу тәртібін тұжырымдау; ұйым қызметінің бизнес-жоспарларын, жылдық сметасын (бюджетін) жасау. жоспарлау стратегиясын әзірлеу дағдыларын меңгеру. - қысқа мерзімді, орта мерзімді және ұзақ мерзімді перспективада ұйымның қызметін жоспарлау саласындағы білімдерін растау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** – формулировать общую концепцию стратегического планирования и порядок разработки стратегии планирования; составлять бизнес-планы, годовую смету (бюджет) деятельности организации. владеть навыками разработки стратегии планирования. –подтверждать знания в области планирования деятельности организации в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.	**After successful completion of the course, students will be:** - formulate 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. have the skills to develop a planning strategy. - confirm knowledge in the field of planning the organization's activities in the short, medium and long term.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Стратегиялық жоспарлау	Стратегическое планирование	Strategic lanning
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Жоспарлау жүйесіне кіріспе. Жоспарлау жүйесінің теориялық негіздері. Жоспарлау процесі және оның мазмұны. Стратегиялық жоспарлау және оны іске асыру. Бизнесті 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
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

Бизнесті ұйымдастыру / Организация бизнеса/ Business organization		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Формирование знаний об основополагающих характеристик 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - тауартанудың теориялық және әдістемелік негіздерін, тауарлар ассортиментін реттейтін негізгі нормативтерді сипаттау; - ұйымның тауар ассортиментін басқару жүйесінде тауарларды жіктеу және кодтау әдістері мен әдістерін жалпылау; - тауарлардың тұтыну қасиеттері мен көрсеткіштерінің номенклатурасын анықтауда оның тұтынушылық құндылығын құрайтын тауардың негізгі сипаттамаларының нақты анықтамасын білдіру.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** -описывать теоретические и методические основы товароведения, основные нормативы, регламентирующие ассортимент товаров; – обобщать приемы и методы классификации и кодирования товаров в системе управления товарным ассортиментом организации; –выражать четкое определение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительскую ценность, в определении номенклатуры потребительских свойств и показателей товаров.	**After successful completion of the course, students will be:** - describe the theoretical and methodological foundations of commodity science, the main standards governing the range of goods; - generalize techniques and methods of classification and coding of goods in the organization's product assortment management system; - express a clear definition of the fundamental characteristics of the product that make up its consumer value in determining the nomenclature of consumer properties and indicators of goods..
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theor
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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 andbusiness performance analysis.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Управление конкурентоспособностью	Management of competitiveness
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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. Развивитие навыков в проведении количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений в системе прфессионально 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: -басқару шешімінің мазмұнының теориялық аспектілерін, әртүрлі жағдайларда басқару шешімдерін әзірлеу процесін, басқару шешімдерінің сапасы мен тиімділігін бағалауды сипаттаңыз; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау әдістерін қарама-қарсы қою; - кәсіби қызмет жағдайында басқару шешімдерін әзірлеу және қабылдау технологияларын түсіндіру.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** -описывать теоретические аспекты содержания управленческого решения, процесса разработки управленческих решений в различных условиях, оценки качества и эффективности управленческих решений; - противопоставлять способы количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - объяснять технологии разработки и принятия управленческих решений в услових профессиональной деятельности.	**After successful completion of the course, students will be:** - to describe the theoretical aspects of the content of a management decision, the process of developing management decisions in various conditions, assessing the quality and effectiveness of management decisions; - to contrast the methods of quantitative and qualitative analysis for making managerial decisions;; - explain the technologies of development and management decision-making in the conditions of professional activity.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Менеджмент	Менеджмент	Management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

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	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	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
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
стратегиялық менеджменттің негіздері	основы стратегического менеджмента	fundamentals of strategic management
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Есымхан Г.Е.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - жаңа өнімдер мен қызметтер маркетингінің мәнін, принциптері мен ерекшеліктерін анықтау; тактикалық инновациялық маркетинг, баға белгілеу, өнім саясаты, интернет-маркетинг әдістері. - нарыққа жаңа өнімді жылжыту бойынша іс-шараларды жоспарлау; маркетингтік зерттеулер жүргізу, жаңа өнім нарығындағы бәсекелестер туралы ақпарат жинау, бәсекелестік ортаны талдау, жаңа өнімдерді нарыққа шығару бойынша маркетингтік стратегияларды әзірлеу.. - тұтынушылардың мінез-құлқын және бәсекелестік ортаны талдау әдістерін жалпылау, маркетингтік стратегияларды әзірлеу дағдыларын, инновациялық тауарлар мен ғылымды қажетсінетін технологияларды әзірлеу және жоспарлау тәсілдерін меңгеру.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –определять сущность, принципы и особенности маркетинга новых продуктов и услуг; методы тактического инновационного маркетинга, ценообразования, продуктовой политики, интернет-маркетинга. –планировать 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. –обобщать методы анализа поведения потребителей и конкурентной среды, владеть навыками разработки маркетинговых стратегий, способами разработки и планирования инновационных товаров и наукоемких технологий.	**After successful completion of the course, students will be:** -determine the essence, principles and features of marketing of new products and services; methods of tactical innovative marketing, pricing, product policy, internet marketing. - plan 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 to bring new products to the market - generalize methods of analyzing consumer behavior and the competitive environment, possess skills in developing marketing strategies, ways of developing and planning innovative products and high-tech technologies.

Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
маркетинг	маркетинг	marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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 новогопродукта 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
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
өнеркәсіптік маркетинг	промышленный маркетинг	industrial marketer
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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, развивитие 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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - инновациялық менеджменттің теориялық негіздерін, инновациялардың тиімділігін бағалау әдістемесін, венчурлық және бизнес - періштелік қаржыландыру процестерінің мәнін анықтау; - инновацияның ерекшеліктерін уақыт шеңберімен нақты шектелген өнім ретінде бағалау; – кәсіби қызмет жағдайында инвестициялау үшін жобаларды бағалау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** -определять теоретические основы инновационного менеджмента, методику оценки эффективности инноваций, сущность процессов венчурного и бизнес-ангельского финансирования; -оценивать особенности инноваций как продукта, четко ограниченного рамками времени; –оценивать проекты для инвестирования в условиях профессиональной деятельности.	**After successful completion of the course, students will be:** -to determine 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; - evaluate the features of innovation as a product clearly limited by the time frame; -evaluate projects for investment in the conditions of professional activity.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Коммерциялық менеджмент	Коммерческий менеджмент	Commercial management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Өндірістік менеджмент	Производственный менеджмент	Production management
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Брэндинг/Брэндинг/Brending		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - брендтерді әзірлеу мен жылжытудың әдіснамалық негіздерін, зерттелетін курстың негізгі категорияларын сипаттаңыз; - брендинг мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларды талдау, Бренд-менеджмент саласындағы түрлі іс-шараларды өткізу мүмкіндіктерін бағалау; - бренд портфелін басқару процесінде әртүрлі әдістерді қолдану дағдыларын, брендтік коммуникацияларды пайдалану дағдыларын талқылау; - брендинг саласындағы маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруда және өткізуде брендингтің арнайы терминологиясы мен лексикасын қолдануды бағалау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –описывать методологические основы разработки и продвижения брэндов, основные категории изучаемого курса; –анал изировать маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов брэндинга, оценивать возможности проведения различных видов мероприятий в области брэнд-менеджмента; –обсуждать навыки применения различных методов в процессе управления портфелем брэндов, навыками использованияброэнд-коммуникаций; –оценивать применение специальной терминологии и лексики брэндинга, в организации и проведении маркетинговых мероприятий в областибрэндинга.	**After successful completion of the course, students will be:** - describe the methodological foundations of brand development and promotion, the main categories of the course being studied; - analyze marketing problems and specific market situations related to branding issues, evaluate the possibilities of holding various types of events in the field of brand management; - master the skills of applying various methods inthe 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Бренд және брендинг. Брендинг 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. Брэндингтің құқықтық аспектілері.	Интегрированные брэнд-коммуникации. Капитализация брэнда. Правовые аспекты брэндинга.	communications. Brand capitalization. Legal aspects of branding.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Управление конкурентоспособностью	Management of competitiveness
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

Персоналды басқару/ Управление персоналом/ Personnel Management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Студенттерде персоналды басқару әдістері, ұйымның кадрлық құрамын қалыптастыру процесі, персоналды дамыту және оқыту және оны ынталандыру туралы жүйелі түсінік қалыптастыру. Пән жұмыс орнын ұйымдастыру, персоналға қажеттілікті жоспарлау, персоналды ынталандыру тетіктерін пайдаланудағдыларын дамытады.	Формирование у студентов системного представления о методах управления персоналом, процессе формирования кадрового состава организации, о развитии и обучения персонала и его мотивации. Дисциплина развивает навыки в организации рабочего места, планирования потребности в персонале, использовании механизмов стимулирования персонала.	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. The discipline develops skills in the organization of the workplace, planning the need for personnel, using incentive mechanisms for personnel.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - персоналды басқару жөніндегі ұйымның қызметін реттейтін заңнамалық және нормативтік - құқықтық актілерді анықтау; - еңбекақы төлеу нысандары мен жүйелерін, еңбек шартын әзірлеу және жасасу және еңбек дауларын реттеу тәртібін бағалау;; - кәсіпорынның даму перспективаларын ескере отырып әр түрлі мамандықтар мен біліктіліктердегі персоналға қажеттілікті болжау бойынша дағдыларды әзірлеу; - персоналды тарту, іріктеу және іріктеу жөніндегі жұмыстарды ағымдағы және перспективалық жоспарлауды жүзеге асырудағы іс-қимыл тәртібін сипаттау, персоналдың қызметін бақылау және бағалау рәсімдерін, әдістерін әзірлеу..	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** -выявлять законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность организации по управлению персоналом; -оценивать формы и системы оплаты труда, порядок разработки и заключения трудового договора и регулирования трудовых споров; -применять навыки в разработке по прогнозированию потребности в персонале различных специальностей и квалификации с учетом перспектив развития предприятия; -описывать порядок действий в осуществлениитекущего и перспективного планирования работ по привлечению, подбору и отбору персонала, разрабатывать процедуры, методы контроля и оценки деятельности персонала.	**After successful completion of the course, students will be:** - identify legislative and regulatory legal acts regulating the activities of the personnel management organization; - evaluate the forms and systems of remuneration, the procedure for the development and conclusion of an employment contract and the regulation of labor disputes; - apply skills in the development of forecasting the need for personnel of various specialties and qualifications, taking into account the prospects for the development of the enterprise; - describe the procedure for the implementation of current and future planning of work on the recruitment, selection and selection of personnel, develop procedures, methods of monitoring and evaluating the activities of personnel.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		

менеджмент	менеджмент	management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.	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. Профориентация и трудовая адаптацияперсонала. Управление деловой карьерой персонала.Управление кадровым резервом. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала. Система компенсации труда работников. Оценка эффективности и управления персоналом. Аудит персонала.	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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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 профессональной 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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - маркетингтік талдаудың мақсаттары мен мазмұнын, оның әдістері мен әдістерін, сондай-ақ ақпараттық базаны сипаттаңыз; - сатып алушыларға, олардың қалауына, тауарлар мен тауар саясатына, ассортимент пен ассортимент саясатына, баға саясатына, сату мен сату саясатына, маркетингтік коммуникацияларға талдау жүргізу, бәсекелестік ортаны бағалау; - маркетингтік ортаны талдауға мақсат қою процесін сипаттау; маркетингтік ақпаратты жинау және талдау; маркетингтік зерттеулерде қоғамдық пікір мен фокус-топтарға сауалнама жүргізу.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –описывать цели и содержание маркетингового анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; –проводить анализ покупателей, их предпочтений, товаров и товарной политики, ассортимента и ассортиментной политики, ценовой политики, сбыта и сбытовой политики, маркетинговых коммуникаций, оценку конкурентной среды; –описывать процесс 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:** -describe the goals and content of marketing analysis, its methods and techniques, as well as the information base; -to analyze buyers, their preferences, goods and product policy, assortment and assortment policy, pricing policy, sales and marketing policy, marketing communications, assessment of the competitive environment; -describe the process of setting goals for analyzing the marketing environment; collecting and analyzing marketing information; conducting public opinion polls and focus groups in marketing research.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Маркетингтік зерттеулер, Маркетинг	Маркетинговые исследования, Маркетинг	Marketing Research, Marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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 марке-тинговых 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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Стратегиялық маркетинг	Стратегический маркетинг	Strategic marketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - басқарушылық талдаудың мәнін, оның әдістері мен әдістерін, сондай-ақ ақпараттық базаны сипаттаңыз; - ұйым қызметінің нәтижелі көрсеткіштеріне әсер ететін факторларды анықтау; - ұйым қызметінің функционалдық салаларында басқарушылық талдау дағдыларын қолдану; - кәсіби қызмет жүйесінде басқарушылық талдау білімін практикалық қолдану бөлігінде құзыреттілікті көрсету.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** – описывать сущность управленческого анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; –выявлять факторы, оказывающие влияние на результативные показатели деятельности организаци; –применять навыки упрвленческого анализа в функциональных областях деятельности организации; –показывать компетентность в части практического применения знаний управленческого анализа в системе прфессиональной деятельнсти	**After successful completion of the course, students will be:** -describe the essence of management analysis, its methods and techniques, as well as the information base; -be able to determine the economic effect of using logistics;; -possess the skills to determine the optimal waysin which material flows should go; -to demonstrate competence in the practical application of knowledge of management analysis in the system of professional activity.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Экономикалық теория, Экономикадағы статистикалық әдістер	Экономическая теория, Статистические методы в экономике	Economic theory, Statistical methods in economy
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.	
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т	Сейтова Г.Т	Тобылов К.Т.

Логистика /Логистика / Logistics		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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	Формирование теоретических знаний и практических навыков о сущности логистики, ее концепции и принципах, знакомство с особенностямиматериальных потоков, логистическихопераций и систем, развитие навыков в организации всего логистического процесса для получения компетенций по разработке логистичекой политики и надлежащего сервиса в системе профессиональной деятельности по специальности	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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - логистиканың мәнін, оның тұжырымдамасы мен принциптерін сипаттау; -логистиканы пайдаланудың экономикалық әсерін бағалау; -материалдық ағындар жүретін оңтайлы жолдарды анықтау дағдыларын білдіру; -өткізудің басым арналарын анықтау; -тиісті сервисті тұрақты басқару жүйесінде тарату саясатын әзірлеу.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** -описывать сущность логистики, ее концепцию и принципы; -оценивать экономический эффект от использования логистики; -выражать навыки определения оптимальных путей, по которым должны пойти материальные потоки; -определять приоритетные каналы сбыта; -разрабатывать распределительную политику в системе регулярного управления надлежащим сервисом.	**After successful completion of the course, students will be:** - describe the essence of logistics, its concept and principles; -evaluate the economic effect of the use of logistics -express the skills of determining the optimal ways in which material flows should go; -identify priority sales channels; -develop adistribution policy in the system of regular management of the appropriate service.
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

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.	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.	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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Досмакова А.Е.	Тобылов К.Т.

Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Fundamentals of strategic management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - стратегиялық менеджменттің әдіснамалық негіздері мен категорияларын байланыстыру; - ұйымның ішкі жағдайы мен бәсекелестік жағдайын бағалау; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларын көрсету; - 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:** - связывать методологические основы и категории стратегического менеджмента; - оценивать внутреннее состояние и конкурентное положение организации; - показывать навыки 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
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу	Разработка управленческих решений	Development of managerial decisions
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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

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.	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.	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.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Стратегиялық маркетинг	Стратегический маркетинг	Strategic Marketing
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.

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

Қызмет көрсету саласының маркетингі/ Маркетинг сферы услуг /Service sector marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілік теориясы бойынша негізгі іргелі білімді анықтау - сала ерекшелігін ескере отырып, өнімдер мен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесін қолдану; - кәсіпорынның бәсекелестік ортасын диагностикалау әдістемесін тәжірибе жасау; - тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - определять основные фундаментаьные знания по теории конкурентоспособности предприятий; -применять методики оценки конкурентоспособности продукции и предприятий с учетом специфики отрасли; -экспериментировать методику диагностики конкурентной среды предприятия; - оценивать уровень конкурентоспособности товара ипредприятия.	**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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Маркетингті басқару	Управление маркетингом	Marketing Management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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	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	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

негізгі кезеңдері. Тұтынушылардың қызмет көрсетунарығындағы мінез-құлқы. Нарықты сегменттеу. Мақсатты сегменттерді таңдау. Позициялау. Тауардың жаңа түрін-қызметті әзірлеу. Өнімнің өмірлік циклі-бұл қызмет. Стратегиялық жоспарлау, қызмет маркетингін жоспарлау, бақылау. Қазақстан экономикасының салаларында маркетингті қолдану ерекшеліктері.	исследований. Поведение покупателей на потребительском рынке услуг. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов. Позиционирование. Разработка нового вида товара-услуга. Жизненный цикл товара услуга. Стратегическое планирование, планирование маркетинга услуг, контроль. Особенности применения Маркетинга в отраслях экономики Казахстана.	segmentation. Select target segments. Positioning. Development of a new type of product-service. The product life cycle is a service. Strategic planning, service marketing planning, control. Features of the application of marketing in the sectors of the economy of Kazakhstan.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Жилкайдарова А.А.	Жилкайдарова А.А.	Тобылов К.Т.

Бәсекеге қабілеттілігін басқару/Управление конкурентоспособностью/Management of competitiveness		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - -кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілік теориясы бойынша негізгі іргелі білімді сипаттау; - сала ерекшелігін ескере отырып, өнімдер мен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесін қолдану; - кәсіпорынның бәсекелестік ортасын диагностикалау әдістемесін меңгеру; - тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - описывать основные фундаментаьные знания по теории конкурентоспособности предприятий; -применять методики оценки конкурентоспособности продукции и предприятий с учетом специфики отрасли; -владеть методикой диагностики конкурентной среды предприятия; - оценивать уровень конкурентоспособности товара ипредприятия.	**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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Бизнесті ұйымдастыру, Брендинг	Организация бизнеса, Брендинг	Business Organization, Branding
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Бәсекелестік және бәсекеге қабілеттілік теориясының негіздері. Бәсекеге қабілеттіліктің әдіснамалық аспектілері. Бәсекеге қабілетті стратегиялық басқару шешімдерін әзірлеу негіздері. Әр 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.	
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

Интернет-маркетинг / Интернет-маркетинг / Internet Marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - маркетингтік мәселелерді шешу, жарнамалық науқандарды жобалау үшін Интернет технологияларын дамыту және қолдану ерекшеліктерін сипаттаңыз; - Интернет-жоба өмірінің барлық циклін құру және сипаттау, - жоба өмірінің барлық бағыттары бойынша аналитикалық есептер дайындайды (нарықты талдау, бәсекелестікті бағалау, жылжыту тәсілдері, аудиториямен жұмыс істеу тәсілдері, сандық көрсеткіштер, қаржыландыру көздері; - веб-сайттардың тиімділігін зерттеу және технологияларды практикалық қолданудың негізгі әдістерінің Интернет-маркетингін жобалау тәртібін сипаттаңыз	**После успешного завершения курса обучающиеся будут** -описывать особенности развития и применения технологий Интернет для решения маркетиновых задач, для проектирования рекламных кампаний; - составлять и описывать весь цикл жизни Интернет-проекта, - подготавливать аналитические отчеты по всем направлениям жизнедеятельности проекта (анализ рынка, оценка конкуренции, способы продвижения, подходы в работе с аудиторией, количественные показатели, источники финансирования; - описывать порядок действий исследования эффективности сайтов и проектирования Интернет-маркетинга основных методов практического применения технологий	**After successful completion of the course, students will bemust know:** - 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
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
маркетинг	маркетинг	marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
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		
Маркетингте заманауи ақпараттық технологияларды қолдану мүмкіндіктері туралы жүйелік идеяны қалыптастыру. «1С:Бухгалтерии 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.	Формирование системного представления о возможностях использования современных информационных технологий в маркетинге. Обучение программе «1С:Бухгалтерии 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.	Formation of a systematic view of the possibilities of using modern information technologies in marketing. Training in the program: «1C: 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - экономиканың түрлі салалары үшін заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану әдістемесін сипаттау, бухгалтерлік және салықтық есеп саласындағы жаңа технологияларды білу; - қолдану 1С: бухгалтерлік есеп 8; sono-ға салық есептілігінің нысандарын толтыру және жіберу, projectexpert-те қаржылық талдау жасау; - қаржылық талдау, тестілеу және қосымшаларды талдау үшін бағдарлама параметрлерін жасаңыз - маркетингте ақпараттық жүйелер модельдерінің практикалық қолданылуын бағалау	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - описывать методику использования современных информационных технологий для различных отраслей экономики, знать новейшие технологии в области бухгалтерского и налоговогоучета; - применять 1С:Бухгалтерия 8; заполнять и отправлять формы налоговой отчетности в СОНО, разрабатывать финансовый анализ в ProjectExpert - создавать настройки программ для финансового анализа, тестирования и анализа приложений - оценивать практическое использование моделей информационных систем в маркетинге	**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 1C: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
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		

"Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (ағылшын тілінде)	Информационно-коммуникационные технологии (на английском языке)	Information and Communication Technologies (in English)"
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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. 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.	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. Регламентиро ванная 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.	Information processes in the economy and methods of creating AIS. Formation of financial statements in 1C: Accounting 8. x. Specialized programs of financial analysis on the example of ProjectExpert. SONO tax reporting systems. Financial reporting module. Regulated reporting. Integration of 1C:Accounting 8.x. 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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Жусупбекова Г.И.	Жусупбекова Г.И.	Жусупбекова Г.И.

Трейд - маркетинг / Трейд -маркетинг / Treid -marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - сауда маркетингінің теориялық және әдіснамалық аспектілерін сипаттау; - сауда маркетингінің әртүрлі құралдарын қолдану; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді өз бетінше жүргізуді, нәтижелерді талдауды және түсіндіруді ұйымдастыру; - маркетингтік іс-шараларды өткізуге, сауда ұйымдарында маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды құруға және жүзеге асыруға үйрету.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –описывать теоретические и методологические аспекты трейд-маркетинга; –применять различные инструменты торгового маркетинга; –организовывать самостоятельное проведение маркетинговыхисследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; –учить проведить маркетинговые мероприятия, составлять и реализовывать маркетинговые планы и программы 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 varioustrade 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Белсенді сату техникасы, Коммерциялық менеджмент, Мерчендайзинг	Техника активных продаж, Коммерческий менеджмент, Мерчендайзинг	Active Sales Techniques, Commercial Management, Merchandising
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

Сауда қызметіндегі маркетинг тұжырымдамасы. Тауар айналымы 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	Концепция маркетинга в торговой деятельности. Маркетинг в сфере товарного обращения. Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга. Организационные формы управления торговлей. Маркетинг торговли. Маркетинговые коммуникации в торговом маркетинге.Внешне экономическая деятельность. Эффективность маркетинга в торговле	The concept of marketing in trading activities. Marketing in the field of commodity circulation. 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
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

Event-маркетинг/Event-маркетинг/Event-marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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 знакомитс 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 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - event-маркетингтің теориялық және әдіснамалық аспектілерін түсіну; - түрлі оқиғалар маркетинг құралдарын қолдану; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді өз бетінше ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру дағдыларын көрсету; - іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу, компанияларда маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды жасау және іске асыру дағдыларын растау.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** – event - маркетингінің теориялық және әдіснамалық аспектілерін сипаттаңыз; –применять различные инструменты событийного маркетинга; –показывать навыки самостоятельной организации и проведения маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; –подтверждать навыки 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

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.	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.	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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

Стратегиялық маркетинг / Стратегический маркетинг / Strategic Marketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
студенттерде стратегиялық маркетингтің мықты теориялық білімі мен практикалық дағдыларын қалыптастыру, компанияның саладағы жағдайын және оныңалдында 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 прфессионалной 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
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
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, - научаться 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Баға орнату, Маркетингтік талдау, Стратегиялық менеджменттің негіздері	Ценообразование,Маркетинговый анализ, Основы стратегического менеджмента	Pricing, Marketing Analysis, Basics of Strategic Management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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.

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.	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.	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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Агромаркетинг / Агромаркетинг / Agromarketing		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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 использовани 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
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 растау; - АӨК-де стратегиялық және маркетингтік жоспарларды, баға стратегиялары мен бағдарламаларын әзірлеу іс-қимылдарының тәртібін түсіндіруге.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** - тиімді агромаркетингтің теориялық аспектілерін, басқару жүйелерін және технологияларын анықтау; –применять современные маркетинговые инструменты в деятельности организаций АПК; –подтверждать методологию и методику проведения маркетинговых научных исследований в профессиональной сфере; - объяснять порядок действий разработки 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Маркетинг, Агробизнестің экономикалық негіздері	Маркетинг, Экономические основы агробизнеса	Marketing, Economic bases of agribusiness
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Агромаркетингтің теориялық аспектілері. Агромаркетингті басқару жүйесі. Тиімді агромаркетинг технологиясы. Маркетингтік гуманитология. Агромаркетинг кешені. Агромапркетинг жүйесіндегі Консалтинг. АӨК ұйымының агромаркетинг жүйесі. Агромаркетингті басқарудың аймақтық	Теоретические аспекты агромаркетинга. Система управления агромаркетингом. Технология эффективного агромаркетинга. Маркетинговая гуманиторология. Комплекс агромаркетинга. Консалтинг в системе агромапркетинга. 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 агромаркетингом	
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.

Өнеркәсіптік маркетинг/Промышленный маркетинг/Industrial Marketer		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - өнеркәсіптік маркетингтің теориялық тұжырымдамаларын сипаттаңыз; - өндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, өндірістің нақты объектілерінде өз білімдерін түсіндіру; - маркетингтік зерттеулер жүргізу, нарықты сегменттеу және орналастыру, өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын әзірлеу үшін стратегиялық талдау және жоспарлау құралдарын тиімді қолдану дағдыларын тәжірибе жасау	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –описывать теоретические концепции промышленного маркетинга; –интерпретировать свои знания на конкретных объектах производства, осуществляяразработку производственных планов и их реализацию; – экспериментировать навыки проведения 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
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі	Маркетинг инновационной продукции и услуг	Marketing of innovative products and services
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
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

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.	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 впроизводственных организациях Разновидности организационных структур маркетинговыхподразделений. Маркетинговое планирование.	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
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
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. Знакомвство 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.
Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар: - определите теоретические концепции промышленного маркетинга; - өндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, өндірістің нақты объектілерінде өз білімдерін растау; - еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру бойынша іс-шараларды әзірлеу дағдыларына ие болу; - өнеркәсіптік өндірісті басқару саласында, жұмыс процестерін ұйымдастырудың технологиялық негіздері мәселелерінде дағдыларды қолдану, өндірісте еңбекті ынталандыру құралдарын меңгеру.	**После успешного завершения курса обучающиеся будут:** –определять теоретические концепции промышленного маркетинга; –потверждать свои знания на конкретных объектах производства, осуществляя разработку производственных планов и их реализацию; - подтверждать знания в разработке мероприятий по совершенствованию организации труда; – применять навыки 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.
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Инновациялық менеджмент	Инновационный менеджмент	Innovation management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		

Кәсіпорын өндірістік жүйе және өндірістік 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.	Предприятие как производственная 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.	An enterprise as a production system and an object 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.
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.