

А.БАЙТҰРСЫНҰЛЫ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ ӘНІРЛІК УНИВЕРСИТЕТІ
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
А.БАЙТҰРСЫНҰЛЫ
A. BAITURSYNULY KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY



ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE COURSES

6B04106 Маркетинг / Маркетинг/ Marketing

2024 жылдардың жинағы үшін /для набора 2024 г.

ҚОСТАНАЙ, 2024

Құрастырушылар / Составители / Compilers:

Калкабаева А.Е. – аға оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі

Калкабаева А.Е. – ст. преподаватель, магистр экономических наук

Kalkabayeva A.E.- p senior lecturer, Master of Economic Sciences

Элективті пәндер каталогы.- Қостанай: А.Байтұрсынұлы атындағы ҚӘУ, 2024.- 74 б.

Каталог элективных дисциплин. - Костанай: КРУ имени А.Байтұрсынұлы, 2024. - 74

c.Catalog of elective disciplines. - Kostanay: A. Baitursynuly KRU, 2024. - 74 p.

Элективті пәндер каталогы қысқаша сипаттамасы, оқыту мақсаты, оқу мазмұны және күтілетін оқу нәтижесі кәрсетілген таңдау компонентіне кіретін пәндер тізімін қамтиды. 2024 жылдарда қабылданған кредиттік технология бойынша оқитын студенттерге арналған.

Каталог элективных дисциплин содержит перечень дисциплин компонента по выбору и их краткое описание с указанием цели изучения, содержания и ожидаемых результатов обучения. Предназначен для студентов, обучающихся по кредитной технологии, набора 2024 года.

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 students, studying on credit technology, the set of 2024.

А.Байтұрсынұлы атындағы ҚӘУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді,
29.05.2024 ж. № 3 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени А.Байтұрсынұлы,
протокол от 29.05.2024 г. № 3

Approved at the meeting of the educational and methodological council of A. Baitursynuly
KRU, minutes dated 29.05.2024 № 3

© А.Байтұрсынұлы атындағы
Қостанай әңірлік 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 1 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер /Элективные дисциплины для студентов 1 курса Elective courses for 1nd year students	7
2 2 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер /Элективные дисциплины для студентов 2 курса Elective courses for 2nd year students	11
3 3 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер /Элективные дисциплины для студентов 3 курса Elective courses for 3rd year students	32
4 4 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 4 курса Elective courses for 4th year students.....	51

Кіріспе

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

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

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

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

Введение

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

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

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

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

Introduction

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

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

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

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

Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу / Распределение элективных дисциплин по семестрам / Distribution of elective courses by semester

Пәннің атауы / Наименование дисциплины / Course name	Кредиттер саны / Кол-во кредитов / Number of credits	Академиялық кезең / Акад период / Academic period
Кәтерме-бөлшек сауда/Опдово-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	5	3
Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management		
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		
Кәшбасшылық негіздері / Основы лидерства / Basics of Leadership		
Қаржылық сауаттылық негіздері / Основы финансовой грамотности / Fundamentals of financial literacy		
Ғылыми зерттеулердің негіздері және академиялық хат / Основы научных исследований и академическое письмо/ Basics of research and academic writing		
Баға орнату / Ценообразование / Pricing	5	4
Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic lanning		
Бизнесті ұйымдастыру/Организация бизнеса/ Business Organization	3	4
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions		
Мерчендайзинг/Мерчендайзинг/Merchandising	5	5
Жоспарлау жүйесі /Система планирования/ Planning system		
Мінез-құлық маркетингі / Поведенческий маркетинг / Behavioral Marketing	5	5
Ұйымдық тәртіп және ұйымдық мәдениет/ Организационное поведение и организационная культура/ Organizational behavior and organizational culture		
Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative products and services	3	5
Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management		
Брэнддинг/Брэнддинг/Brending	5	6
Персоналды басқару / Управление персоналом/ Personnel management		

Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis	5	6
Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis		
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	6	7
Маркетингтегі ақпараттық жүйелер мен модельдеу/ Информационные системы и моделирование в маркетинге / Information systems and simulation in marketing		
Коммерциялық маркетинг/ Коммерческий маркетинг/ Commercial 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	6	7
Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management		
Логистика /Логистика / Logistics	6	7
Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Basics of Strategic Management		

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

<i>Көтерме-бөлшек сауда/Оптовое-розничная торговля/Wholesale and retail trade</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Кәтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарында коммерциялық қызметті ұйымдастыру және технологиясы саласында теориялық және практикалық білімді қалыптастыру, сондай-ақ студенттерге тауар қозғалысының әртүрлі буындарында сауда процестерін ұтымды ұйымдастыру және технологиясы бойынша практикалық дағдыларды үйрету.	Формирование теоретических и практических знаний в области организации и технологии коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли, а также привитие студентам практических навыков рациональной организации и технологии торговых процессов в различных звеньях товародвижения.	Formation of theoretical and practical knowledge in the field of organization and technology of commercial activities at wholesale and retail trade enterprises, as well as instilling in students practical skills of rational organization and technology of trade processes in various parts of the commodity movement.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - коммерциялық қызметті ұйымдастыру процестерін және тауар қозғалысының әртүрлі буындарындағы сауда процестерінің технологияларын сипаттайтын болады; - өз білімін нақты сауда және қызмет кәрсету объектілерінде қолданады; - сауда қызметін ұйымдастыруды бағалау және тауар қозғалысының әртүрлі буындарындағы ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, жеткізушілермен және сатып алушылармен белсенді сауда коммуникацияларын жүргізеді.	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..
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Кәсіби қызметке кіріспе	Введение в профессиональную деятельность	Introduction to professional activity
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

<i>Агробизнесінің экономикалық негіздері / Экономические основы агробизнеса / Economic bases of agribusiness</i>		
Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose		
Студенттердің кәсіби қызмет жағдайында аграрлық әндірісті 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 білім алушылар: - АӨК-те кәсіпкерлік қызметті жүзеге асырудың заңдылықтары, қағидаттары мен нысандарының негізгі макроэкономикалық процестері мен құбылыстарының мәнін жалпылайды; - негізгі әндірістік ресурстардың құнын бағалау анықтамаларын бағалайды; - аграрлық кәсіпорынның алдында тұрған шаруашылық міндеттер кешені және орындаушылық және басқарушылық сипаттағы кәсіби проблемаларды шешуде оңтайлы шығу жолын тауып, шешетін болады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - обобщать 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		
Кәсіби қызметке кіріспе	Введение в профессиональную деятельность	Introduction to professional activity
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Курстың пәні, әдісі және міндеттері. Ауыл шаруашылығының кәсіп салалы экономикасын қалыптастыру. Жер ресурстары және оларды нарық жағдайында пайдаланудың тиімділігі. Еңбек нарығы және ауыл тұрғындарын ұмыспен қамту мәселелері. Агробизнесі материалдық ресурстар және	Предмет, метод и задачи курса. Формирование многоукладной экономики сельского хозяйства. Земельные ресурсы и эффективность их использования в условиях рынка. Рынок труда и проблемы занятости сельского населения. Материальные ресурсы и	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. Material resources and production and technical support of agribusiness.

<p>әндірістік- техникалық қамтамасыз ету. Әндірісті орналастыру және мамандандыру – агробизнесі дамытудың негізі. Агробизнесінің тиімділігін бағалау. Маркетинг және азық-түлік пен шикізат нарығы. Агробизнесітегі Менеджмент. Дамыту агроөнеркәсіптік интеграцияны дамыту, нарықтық инфрақұрылымды дамыту.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Агромаркетинг	Агромаркетинг	Agromarketing
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Баязитова И.А.	Нурахметова Г.С.	Баязитова И.А.

2. 2 курс студенттеріне арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для студентов 2 курса/ Elective courses for 2nd year students.

<i>Белсенді сату техникасы/Техника активных продаж/Active sales techniques</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттердің теориялық ережелерін қалыптастыру және сауда кәсіпорындары деңгейінде сатып алушылармен жұмыс істеу саласында практикалық дағдыларды қалыптастыру.	Формирование у студентов теоретических положений и привитие практических навыков в области работы с покупателями на уровне торговых предприятий.	Formation of students ' theoretical positions and instilling practical skills in the field of working with customers at the level of commercial enterprises.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - сатып алушылардың түрлерін, олардың психологиясын, олармен жұмыс істеу тәсілдерін ажырататын болады; - мерчендайзингтің мәнімен механизмін; - тауарлардың презентациясын ұйымдастыру мен өткізудің тиімді әдістерін қолданады; - жанжалды жағдайларды реттеу әдістері негізінде сату процесінде проблемалы сатып алушылармен байланысады; - кәсіби қызмет жүйесінде тиісті сервисті тұрақты басқару үшін сатып алушыларды ұстап қалу саясатын әзірлеу кезінде басым сатып алушыларды айқындайтын болады.	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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Кәтерме-бәлшек сауда	Опдово-розничная торговля	Wholesale and retail trade organization
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Қазіргі заманғы технологиялар мен сату әдістерін зерттеудің маңызы мен әзектілігі. Клиенттердің түрлері және олармен жұмыс істеу стратегиялары. Мерчендайзинг. Коммерциялық әңгіме және мәміле жасау. Тауарларды (қызметтерді) таныстыруды ұйымдастыру мен өткізудің тиімді әдістері. Жұмыс сату процесінде проблемалы клиенттермен. Клиенттермен жұмыс жасаудағы коммерциялық сервис.</p>	<p>Значение и актуальность изучения современных технологий и приемов продаж. Типы клиентов и стратегии работы с ними. Мерчендайзинг. Коммерческая беседа и заключение сделки. Эффективные методы организации и проведения презентации товаров (услуг). Работа с проблемными клиентами в процессе продаж. Коммерческий сервис в работе с клиентами.</p>	<p>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 goods (services). Working with problem customers in the sales process. Commercial service in working with clients.</p>
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Мерчендайзинг	Мерчендайзинг	Merchandising
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А	Калкабаева А.Е	Тобылов К.Т.

<i>Коммерциялық менеджмент / Коммерческий менеджмент / Commercial Management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Коммерциялық менеджменттің мәні, мәні және ерекшеліктері туралы теориялық білімді қалыптастыру. Коммерциялық кәсіпорынды басқарудағы менеджменттің заманауи әдістерімен танысу	Формирование теоретических знаний о сущности, значении и особенностях коммерческого менеджмента. Ознакомление с современными методами менеджмента в управлении коммерческим предприятием	Formation of theoretical knowledge about the essence, meaning and features of commercial management. Introduction to modern management methods in the management of a commercial enterprise
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммерциялық менеджменттің мәнін, маңыздылығын; Қазіргі менеджмент қызметінің ерекше сипатын; әлемдегі табысты фирмалардың коммерциялық менеджерлерінің тәжірибесін сипаттайды; - өз білімдерін нақты сауда және қызмет кәрсету объектілерінде қолданады; нақты кәсіпорын мысалында SWOT-талдау жүргізеді; сауда-технологиялық процесті ұйымдастырады; персоналды ынталандыру жүйесін дұрыс пайдаланады; - сауда-материалдық құндылықтарды бақылауды жүзеге асырады; - коммерциялық менеджменттің тиімділігін бағалайды. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Кәтерме-бәлшек сауда	Оптовое-розничная торговля	Wholesale and retail trade
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Коммерциялық менеджмент тұжырымдамасы. Коммерциялық қызметтің менеджмент жүйесі. Сауда ұйымының 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. Кәшбасшылық және кәшбасшылық. Сауда менеджментінің экономикалық негіздері.</p>	<p>Концепция коммерческого менеджмента. Система менеджмента Коммерческой деятельности. Планирование деятельности торговой организации. Организация технологических процессов в торговых организациях. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах. Мотивация деятельности персонала коммерческой организации. Управление персоналом предприятия торговли. Контроль в системе управления организацией торгов. Деловое общение и процесс коммуникаций. Руководство и лидерство. Экономические основы торгового менеджмента.</p>	<p>The concept of commercial management. Commercial activity management system. Planning the activities of a trade organization. Organization of technological processes in trade organizations. Management of trade and technological process and organization of labor in warehouses. Motivation of the staff of a commercial organization. Personnel management of the trade enterprise. Control in the bidding organization management system. Business communication and the communication process. Leadership and leadership. Economic fundamentals of trade management.</p>
<p><i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i></p>		
<p>Инновациялық менеджмент, Коммерциялық маркетинг</p>	<p>Инновационный менеджмент, Комерческий маркетинг</p>	<p>Innovation management, Commercial marketing</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А</p>	<p>Калкабаева А.Е</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

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

Оқу мақсаты / Учебная цель / Learning Objective

Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл бойынша құқықтық білім мен азаматтық ұстаным жүйесін қалыптастыру.	Сформировать систему правовых знаний и гражданской позиции по противодействию коррупции.	Form a system of legal knowledge and civic attitude to combat corruption.
--	--	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения

Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар – Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңнамасының ережелерін, мемлекеттік басқару органдарының жүйесін, сондай-ақ сыбайлас жемқорлықтың мәнін, себептерін және оған қарсы іс-қимыл шараларын сипаттау; – Оқиғалар мен әрекеттерді құқықтық тұрғыдан талдау; – Нормативтік актілерді қолдану, сондай-ақ сыбайлас жемқорлықтың алдын алу үшін рухани-адамгершілік механизмдерді пайдалану.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - описывать 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;	After successful completion of the course, trainees will – Describe the provisions of the current legislation of Kazakhstan, the system of state administration bodies, as well as the essence, causes, and measures to counter corruption; – Analyze events and actions from a legal perspective; – Apply regulatory acts and use spiritual and moral mechanisms to prevent corruption.
--	---	--

Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса

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-құлқы 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 антикоррупционно культуры. Взаимодействие государства и общественных организаций в вопросах противодействия коррупции.	Basic concepts and categories of state and law. Legal relations. Basics of constitutional law of the RK. Basics of administrative and criminal law of the Republic of Kazakhstan. Basics of civil law of the RK. Theoretical and methodological foundations of the concept of "corruption". Improvement of socio-economic relations of Kazakhstan society as a condition for combating corruption. Psychological features of the nature of corrupt behavior. Formation of anti-corruption culture. Interaction of the state and public organizations in combating corruption.
---	---	---

Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы

Байтасова М.Ж.	Аубакирова З.Б.	Aubakirova Z.B.
----------------	-----------------	-----------------

Экология және тіршілік қауіпсіздігі / Экология и безопасность жизнедеятельности/ Ecology and Life Safety

Оқу мақсаты / Учебная цель / Learning Objective

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	Formation of ecoprotective thinking and the ability to prevent dangerous and emergency situations in the functioning of natural ecosystems and the technosphere
--	---	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения/ Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> -экологияның, тіршілік қауіпсіздігі мен тұрақты дамудың негізгі тұжырымдамаларын, антропогендік қызметтің әлеуметтік-экологиялық салдарын түсінеді; - олардың жай-күйінің қауіпті деңгейінің туындауының алдын алу үшін табиғи және техногендік жүйелердің дамуы мен орнықтылығының зерделенген заңдылықтарын қолданады; - іске асырылған және ықтимал қауіптердің теріс әсерін және олардың деңгейлерін, антропогендік қызмет тәуекелдерін бағалайды; - техносфераның қауіпсіздігін арттыру бойынша іс - шараларды жоспарлайды; -әз бетінше жұмыс істеу, командада жұмыс істеу, шешім қабылдау, сыни ойлау, цифрлық және ақпараттық-компьютерлік технологияларды қолдану, ақпаратпен жұмыс істеу дағдыларына ие болады. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>After successful completion of the course, trainees will</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understand the basic concepts of ecology, life safety, sustainable development; social and environmental consequences of anthropogenic activity; - apply studied laws of development and stability of natural and anthropogenic systems to prevent dangerous levels of their condition - assess the negative effects of realized and potential hazards and their levels, the risks of anthropogenic activity - plan measures to improve technosphere safety; - have skills of independent work, teamwork, decision making, critical thinking, application of digital and information and computer technologies, work with information.
--	---	---

Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course Summary

<p>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</p>	<p>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</p>	<p>Outecology. Demecology. Synecology. Biosphere-noosphere concept. Natural resources and environmental management. Global ecological and socio-ecological problems of modernity. Environment and sustainable development. Kazakhstan on the way to sustainable development. Green economy. The concept of acceptable risk. Classification of hazardous and harmful factors. The order of action in emergency situations.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Program Manager</i></p>		
<p>Жокушева З.Г</p>	<p>Кожевников С.К.</p>	<p>S.K. Kozhevnikov.</p>

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

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

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

<i>Ғылыми зерттеулердің негіздері және академиялық хат/ Основы научных исследований и академическое письмо/ Basics of Research and Academic Writing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушылардың арасында ғылым, зерттеудің ғылыми әдістері, ғылыми-оқу және ғылыми жұмыстардың нәтижелерін тіркеу туралы білім жүйесін қалыптастыру	сформировать у обучающихся системы знаний о науке, научных методах исследования, оформления результатов научной и учебно-научной работы	to form a system of knowledge about science, scientific methods of research, registration of the results of scientific and educational and scientific work among those receiving training
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар – -Ғылымның негізгі ұғымдарын сипаттау және ғылымизерттеулерді ұйымдастыру, -ғылыми ақпаратты анықтау және әңдеу, -ғылыми зерттеу әдістерін қолдану, -зерттеулер жүргізу жәнеоның нәтижелерін ресімдеу, -студенттік стартаптар үшін қарапайым бизнес-жоспар құру	После успешного завершения курса обучающиеся будут – объяснять основные понятия о науке и организационных исследований, – определять и обрабатывать научную информацию, – применять методы научных исследований, – проводить исследование и оформлять его результаты, – составлять не сложный бизнес-план для студенческих стартапов	After successful completion of the course, students will be -Describe the basic concepts of science and the organization of scientific research, -identify and process scientific information, - apply scientific research methods, - conduct research and formalize its results, -draw up a simple business plan for student startups
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Ғылым және ғылыми зерттеулердің негізгі ұғымдары, Зерттеуді ақпараттық қамтамасыз ету, Ғылыми зерттеулерді ұйымдастыру, Ғылыми зерттеу әдістемесі, Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері, Статистикалық және ықтималдық зерттеу әдістері, Зерттеуде қолданылатын графикалық әдістер, Бақылау нәтижелерін талдау, Эксперименттік зерттеулер, Ұйымдастыру және ғылыми зерттеулерді жүргізу, Ғылыми жұмыс нәтижелерін тіркеу, Курстық және дипломдық жұмыстарды дайындау және қорғау ерекшеліктері, Студенттердің ғылыми жұмыстарын баяндау және ресімдеу тіліне қойылатын талаптар, Баяндама әзірлеуге қойылатын талаптар, Әзірлеу ерекшеліктері. студенттік стартаптар.	Основные понятия о науке и научном исследовании, Информационное обеспечение исследований, Организация научных исследований, Методология научных исследований, Общенаучные методы исследования, Статистические и вероятностные методы исследований, Графические методы, используемые в исследованиях, Анализ результатов наблюдений, Экспериментальные исследования, Организация и проведение научных исследований, Оформление результатов научной работы, Особенности подготовки и защиты курсовых и дипломных работ, Требования к языку изложения и оформлению студенческих научных работ, Требования к разработке презентаций, Особенности разработки студенческих стартапов.	Basic concepts of science and scientific research, Information support for research, Organization of scientific research, Methodology of scientific research, General scientific methods of research, Statistical and probabilistic research methods, Graphical methods used in research, Analysis of observational results, Experimental research, Organization and conduct of scientific research, Registration of the results of scientific work, Features of the preparation and defense of term papers and theses, Requirements for the language of presentation and design of student scientific papers, Requirements for the development of presentations, Features of the development of student startups.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Кайырбаева Г.К.	Годунов В.В.	Godunov V.V.

<i>Баға орнату / Ценообразование / Pricing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Білім алушыларда мамандық бойынша кәсіби қызмет жүйесінде қазіргі кезеңде баға белгілеу саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области ценообразования на современном этапе в системе профессиональной деятельности по специальности	Formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of pricing at the present stage in the system of professional activity in the specialty
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздерін, оқытылатын курстың негізгі категорияларын түсіндіретін болады; - баға белгілеудің әртүрлі әдістерін қолдану; баға белгілеу саласындағы маркетингтік құралдарды пайдалана алады; - 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 таңдайтын болады; - дұрыс баға шешімін қабылдау үшін нарық Конъюнктурасын бағалауда, ұйымның пайдасын арттыру үшін баға белгілеу әдісін таңдауда Құзыретті. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 ценового решения, в выборе метода ценообразования для увеличения прибыли организации. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Микро-макрэкономика	Микро-макрэкономика	Micro-Macroeconomics
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

<i>Стратегиялық жоспарлау / Стратегическое планирование / Strategic planning</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Стратегиялық жоспарлаудың әдіснамасы мен логикасы туралы білімді қалыптастыру, ұйымның стратегиялық жоспарын әзірлеу және оны іске асыру бойынша басқару бойынша құзыреттерді дамыту.	Формирование знаний о методологии и логике стратегического планирования, развитие компетенций по разработке стратегического плана организации и управлению по его реализации.	Formation of knowledge about the methodology and logic of strategic planning, development of competencies for the development of the organization's strategic plan and management for its implementation.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - стратегиялық талдау жүргізу және ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге бағытталған стратегиясын таңдау әдістері мен құралдарын жинақтайды; - стратегиялық және бәсекелестік талдау жүргізу; бизнесті жоспарлау мен реинжинирингті жүзеге асырады; - жоспарлау процесінің қадамдық технологиясының дағдыларын, стратегияларды әзірлеу әдістерін; Стратегиялық жоспардың құжаттарын құрылымдау және ресімдеу дағдыларын кәрсетеді; - ұйымның стратегиялық жоспарын әзірлеу тәртібін сипаттау және оны жүзеге асырудың нұсқаларын ұсынады.	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 реинжинирингбизнеса; - 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 thestrategic plan of the organization and propose options for its implementation.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theory
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері.Әдіснама негіздері стратегиялық жоспарлау және ақпараттық қамтамасыз ету.	Теоретические основы стратегического планирования. Основы методологии стратегического планирования и	Theoretical foundations of strategic planning. Fundamentals of strategic planning methodology and information support. Methods of

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

<i>Бизнесті ұйымдастыру / Организация бизнеса/ Business organization</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Формирование знаний об основополагающих характеристиках товара, составляющих его потребительную ценность, а также их изменений на всех этапах товародвижения.	Формирование знаний по теоретическим основам бизнеса, обучение навыкам применения различных приемов и средств управления бизнесом в сфере будущей профессиональной деятельности.	Formation of knowledge about the fundamental characteristics of the product that make up its use value, as well as their changes at all stages of product movement.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - тауартанудың теориялық және әдістемелік негіздерін, тауарлар ассортиментін реттейтін негізгі нормативтерді сипаттайды; - ұйымның тауар ассортиментін басқару жүйесінде тауарларды жіктеу және кодтау әдістері мен әдістерін жалпылайды; - тауарлардың тұтыну қасиеттері мен кәрсеткіштерінің номенклатурасын анықтауда оның тұтынушылық құндылығын құрайтын тауардың негізгі сипаттамаларының нақты анықтамасын білдіреді.	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..
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория	Экономическая теория	Economic theor
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бизнес түрлерінің түсінігі және жіктелуі, оның дамуын ұйымдастыру. Орта және шағын бизнесті ұйымдастыру. Венчурлық бизнесті ұйымдастыру. Бизнесті жүргізу формалары. Бизнес субъектілерін тіркеу тәртібі, кәсіпорынның банкроттығы және таратылуы. Бизнес инфрақұрылымы. Бизнесті басқару. Бизнес-жоспарлау негіздері. Қаржылық қамтамасыз ету және	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. Управление бизнесом. Основы бизнес - планирования. Финансовое обеспечение и	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 management. Fundamentals of business planning. Financial support

бизнестің тиімділігін талдау.	анализ эффективности бизнеса.	andbusiness performance analysis.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Управление конкурентоспособностью	Management of competitiveness
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.

<i>Басқарушылық шешімдерді әзірлеу / Разработка управленческих решений / Development of managerial decisions</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Басқарушылық шешімнің мәні, мазмұны, түрлері, басқарушылық шешімдерді әзірлеудің әртүрлі алгоритмдері туралы іргелі білімді қалыптастыру. Заманауи желілік технологиялармен, әр түрлі жағдайларда РРЖ жүзеге асырудың ең ұтымды ұйымдастырушылық формаларымен танысу. Конфессиялық қызмет жүйесінде басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларын дамыту.	Формирование фундаментальных знаний о сущности, содержании, видах управленческого решения, различных алгоритмах разработки управленческих решений. Знакомство с наиболее рациональными организационными формами осуществления РУР в различных условиях, с современными сетевыми технологиями. Развитие навыков в проведении количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений в системе профессиональной деятельности.	Formation of fundamental knowledge about the essence, content, types of management decisions, various algorithms for developing management decisions. Familiarity with the most rational organizational forms of implementation of the RUHR in various conditions, with modern network technologies. Develop skills in conducting quantitative and qualitative analysis for making managerial decisions in the system of professional activity.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - басқару шешімінің мазмұнының теориялық аспектілерін, әртүрлі жағдайларда басқару шешімдерін әзірлеу процесін, басқару шешімдерінің сапасы мен тиімділігін бағалауды сипаттайды; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау әдістерін қарама-қарсы қояды; - кәсіби қызмет жағдайында басқару шешімдерін әзірлеу және қабылдау технологияларын түсіндіреді.	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 условиях 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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Менеджмент	Менеджмент	Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

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

<i>Мерчендайзинг / Мерчендайзинг / Merchandising</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель / Purpose</i>		
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.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - сауда-саттықтың міндеттері мен функциялары, сауда кәсіпорындары қызметінің тиімділігіне сауда-саттықтың әсері, тауарларды орналастыру технологиясы, тауар топтарын орналастырудың тиімді схемалары және тұтынушылардың психологиясын ескере отырып, сауда залында орналастыру айқындайтын болады; - сауда залында импульсивті сатып алуды ынталандырудың тиімді жүйесін құрады, жылжыту және сату саласындағы операцияларға байланысты басқарушылық міндеттерді шешеді, тұтынушыны дүкенге тартады, дүкеннің сауда кеңістігін тиімді бөледі; - тұтынушылардың психологиясын және сауда кеңістігін қалыптастыруды және ондағы тауарлардың таралуын ескере отырып тауар топтарының орналасуын және	После успешного завершения курса обучающиеся будут – определять задачи и функции мерчендайзинга, влияние мерчендайзинга на эффективность деятельности торговых предприятий, технологию выкладки товаров, эффективные схемы расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей; -создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсивных покупок, решать управленческие задачи, связанные с операциями в области продвижения и сбыта, привлекать потребителя в магазин, эффективно распределять торговое пространство магазина; - 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.

сауда залында орналасуын саралайды.		
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Көтерме-бөлшек сауда, Белсенді сату техникасы	Оптовое-розничная торговля, Техника активных продаж	Wholesale and retail trade, Active sales technique
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Мерчандайзинг ұғымы, мәні және мағынасы. Сауда алаңындағы сатып алушының мінез-құлқы. Сауда алаңдарын жоспарлау. Сауда алаңдарын бөлу. Сауда залында тауарларды орналастыру ерекшеліктері. Дүкенішілік Ақпарат және сауда құралы ретінде таңдау. Көрнекі мерчандайзинг құралы ретінде Витринистика. Атмосфера мен сенсорлық компоненттердің сатып алу процесіне әсері. Мерчандайзинг тиімділігін бағалау	Понятие, сущность и значение мерчандайзинга. Поведение покупателя в торговом зале. Планирование торговых площадей. Распределение торговых площадей. Особенности выкладки товаров в торговом зале. Внутримagaзинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки. Оценка эффективности мерчандайзинга	The concept, essence and meaning of merchandising. The behavior of the buyer in the trading floor. Planning of retail space. Distribution of retail space. Features of the display of goods in the trading floor. In-store information and sampling as merchandising tools. Vitrinistics as a visual merchandising tool. The influence of the atmosphere and sensory components on the purchase process. Evaluating the effectiveness of merchandising
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Маркетингті басқару	Управление маркетингом	Marketing Management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Жоспарлау жүйесі / Система планирования / Planning system</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель / Purpose</i>		
Ұйымдағы қызметті жоспарлаудың теориялық және практикалық мәселелері бойынша студенттерді даярлаудың қажетті деңгейін, дұрыс басқарушылық шешімдер қабылдау үшін мүмкіндік жасауға бағытталған оны жүзеге асырудың нысандары мен әдістерін қамтамасыз ету.	Обеспечить необходимый уровень подготовки студентов по теоретическим и практическим вопросам планирования деятельности в организации, его форм и методов осуществления, направленных на создание возможности для принятия правильных управленческих решений.	Provide the necessary level of training for students on theoretical and practical issues of planning activities in the organization, its forms and methods of implementation, aimed at creating opportunities for making the right management decisions.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - стратегиялық жоспарлаудың жалпы тұжырымдамасын және жоспарлау стратегиясын әзірлеу тәртібін тұжырымдайтын болады; ұйым қызметінің бизнес-жоспарларын, жылдық сметасын (бюджетін) құрастыратын болады. жоспарлау стратегиясын әзірлеу дағдыларын меңгереді. - қысқа мерзімді, орта мерзімді және ұзақ мерзімді перспективада ұйымның қызметін жоспарлау саласындағы білімдерін растайды.	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.
<i>Преквизиттері / Преквизиты / Prerequisites</i>		
Стратегиялық жоспарлау	Стратегическое планирование	Strategic lanning
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса / Course summary</i>		
Жоспарлау жүйесіне кіріспе. Жоспарлау жүйесінің теориялық негіздері. Жоспарлау процесі және оның мазмұны. Стратегиялық жоспарлау және оны іске асыру. Бизнесі жоспарлау және оны жүзеге асыру. Тактикалық (Жедел) жоспарлау және оны іске асыру.	Введение в систему планирования. Теоретические основы системы планирования. Процесс планирования и его содержание. Стратегическое планирование и его реализация. Бизнес- планирование и его реализация. Тактическое (оперативное) планирование и его реализация.	Introduction to the planning system. Theoretical foundations of the planning system. The planning process and its contents. Strategic planning and its implementation. Business planning and its implementation. Tactical (operational) planning and
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

<i>Мінез-құлық маркетингі / Поведенческий маркетинг / Behavioral Marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
студенттердің тұтынушылық мінез-құлыққа әсер ететін факторлар кешені, сатып алу туралы шешім қабылдау процесінің заңдылықтары, әртүрлі нарықтардағы тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу әдістері, қазіргі заманғы тұжырымдамалар, тұтынушылармен өзара әрекеттесу тәсілдері мен әдістері туралы білімдерін қалыптастыру	формирование у студентов знаний о комплексе факторов, влияющих на потребительское поведение, о закономерностях процесса принятия решения о покупке, о методах изучения поведения потребителей на различных рынках, о современных концепциях, подходах и методах взаимодействия с потребителями	formation of students' knowledge about the complex of factors influencing consumer behavior, about the laws of the purchase decision-making process, about methods of studying consumer behavior in various markets, about modern concepts, approaches and methods of interaction with consumers
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: – Тұтынушы мінез-құлқы теориясының негіздерін түсіндіру; – Тұтынушы мінез-құлқын қалыптастыруда ақпараттың маңызы мен рөлін, оны зерттеудің негізгі әдістері мен тәсілдерін талдау; – Мінез-құлықтық маркетингке әсер ететін маркетингтік ынталандыруларды қолдану; – Тұтынушы мінез-құлқын зерттеудің теориялық аспектілерін, оның жіктелу ерекшеліктері мен оған әсер ететін факторларды пайдалану; – Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу бойынша ғылыми зерттеулер жүргізуге арналған ақпарат көздерін анықтау.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: – объяснять основы теории потребительского поведения; – анализировать значение и роль информации при формировании потребительского поведения; основные методы, способы изучения поведения потребителей; – применять маркетинговые стимулы, влияющие на Поведенческий маркетинг; – применять теоретические аспекты изучения потребительского поведения, особенности его классификации и факторы, влияющие на него; - выявлять источники информации для проведения научных исследований поведения потребителей;	After successful completion of the course, students will be: - know the basics of the theory of consumer behavior; - the importance and role of information in the formation of consumer behavior; basic methods, methods of studying consumer behavior; - marketing incentives influencing behavioral marketing; internal and external factors influencing behavioral marketing; - theoretical aspects of the study of consumer behavior, features of its classification and factors influencing it; - sources of information for conducting scientific research on consumer behavior;
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing

<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Тұтынушылардың зерттеудің теориялық негіздері. Тұтынушылардың теорияларының Тұтынушылардың модельдеу. Сатып алушының процесі. Ұйымдардың сатып алу тәртібі. Сатып алу мінез-құлқындағы мәдениет және әлеуметтік жағдай. Анықтамалық топтардың тұтынушының мінез-құлқына әсері. Тұтынушының мінез-құлқына жеке әсер ету. Тұтынушылардың ақпаратты талдауы. Тұтынушыларды білу және оқыту. Ұй шаруашылығының тұтынушылық мінез-құлқы. Тұтынушылардың мотивациясы мен эмоциясы. Тұтынушының құндылықтары мен жеке басы. Тұтынушының ресурстары мен әмір салты. Маркетингтің этикалық мәселелері және тұтынушыларды қорғау</p>	<p>Теоретические основы изучения поведения потребителей. Эволюция теорий поведения потребителей. Моделирование потребительского поведения. Процесс поведения покупателя. Покупательское поведение организаций. Культура и социальное положение в покупательском поведении. Влияние референтных групп на поведение потребителя. Персональное влияние на поведение потребителя. Анализ информации потребителями. Знание и обучение потребителей. Потребительское поведение домашнего хозяйства. Мотивация и эмоции потребителей. Ценности и личность потребителя. Ресурсы и жизненный стиль потребителя. Этические проблемы маркетинга и защита потребителей</p>	<p>Theoretical foundations of the study of consumer behavior. Evolution of consumer behavior theories. Modeling of consumer behavior. The process of buyer behavior. Purchasing behavior of organizations. Culture and social status in purchasing behavior. The influence of reference groups on consumer behavior. Personal influence on consumer behavior. Analysis of information by consumers. Knowledge and training of consumers. Consumer behavior of the household. Motivation and emotions of consumers. Values and personality of the consumer. Resources and lifestyle of the consumer. Ethical issues of marketing and consumer protection</p>
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Маркетингті басқару	Управление маркетингом	Marketing Management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

*Ұйымдық тәртіп және ұйымдық мәдениет/ Организационное поведение и организационная культура/
Organizational behavior and organizational culture*

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

<p>қазіргі кезеңде ұйымдастырушылық мінез-құлық және ұйымдастырушылық мәдениет саласындағы теориялық және практикалық мәселелер бойынша студенттерді даярлаудың қажетті деңгейін қамтамасыз ету.</p>	<p>Обеспечить необходимый уровень подготовки студентов по теоретическим и практическим вопросам в области организационного поведения и организационной культуры на современном этапе.</p>	<p>to provide the necessary level of training of students on theoretical and practical issues in the field of organizational behavior and organizational culture at the present stage.</p>
--	---	--

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - арнайы терминология мен лексиканы қолдану, шығармашылық және перспективалық ойлау, кәсіби әдебиеттермен жұмыс істейді; - күнделікті жағдайларда әндірістік есептерді шешу үшін математикалық ойлауды қолданады; - мемлекеттік аппарат пен жергілікті өзін-өзі басқару органдарының кадрлық қамтамасыз ету жүйесін, мемлекеттік қызметті реттейтін қолданыстағы заңнаманы талдайды; - Ұлттық экономика және мемлекеттік басқару саласында теориялық және практикалық білімді қолдану, проблемаларды тұжырымдау және талдау, басқару міндеттерін қояды және шешеді; - Үштілділік жағдайында қарым-қатынас және Таным мәселелерін шешетін болады; - тиісті әңірлердегі қоғамдық әмір, демографиялық және шаруашылық ахуал ережелерін терең білу негізінде әлеуметтік 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальную терминологию и лексику, творчески и перспективно мыслить, работать с профессиональной литературой; - применять математическое мышление для решения производственных задач в повседневных ситуациях; - анализировать систему кадрового обеспечения государственного аппарата и органов местного самоуправления, действующее законодательство, регулирующее государственную службу; - применять теоретические и практические знания в области национальной экономики и государственного управления, формулировать и анализировать проблемы, ставить и решать управленческие задачи; - решать задачи коммуникации и познания в условиях трехязычия; - решать вопросы социального характера на основе глубокого знания правил общественного бытия, демографической и хозяйственной ситуации в соответствующих регионах; - управлять собой в различных ситуациях и 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - After successful completion of the course, students will: use special terminology and vocabulary, think creatively and prospectively, work with professional literature; - apply mathematical thinking to solve production problems in everyday situations; - analyze the staffing system of the state apparatus and local self-government bodies, the current legislation regulating the civil service; - apply theoretical and practical knowledge in the field of national economy and public administration, formulate and analyze problems, set and solve management tasks; - to solve the problems of communication and cognition in the conditions of trilingualism; - to solve social issues on the basis of deep knowledge of the rules of social life, demographic and economic situation in their respective regions; - manage yourself in various situations and create a normal psychological environment in the process of solving the issue.
---	--	--

сипаттағы мәселелерді шешеді; - әр түрлі жағдайларда өзін басқарады және мәселені шешу барысында қалыпты психологиялық жағдай жасайды.	создавать нормальную психологическую обстановку в процессе решения вопроса.	
Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites		
Менеджмент	Менеджмент	Management
Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary		
Ұйымдастырушылық мінез-құлыққа кіріспе. Тұлға және ұйым. Ұйымның мотивациясы және тиімділігі. Қақтығыстарды басқару. Ұйымдағы топтық мінез-құлықты қалыптастыру. Ұйымдастырушылық мәдениет және оның адами ресурстарды басқару жүйесіндегі орны. Ұйымдастырушылық мәдениеттің маңызды элементтері. Ұйымдастырушылық мәдениеттің мақсаттары мен құндылықтары. Компания мәдениетін дамыту мен нығайтудың мотивациялық тетігі. Ұйымдастырушылық мәдениетті қалыптастыру мен дамытудағы менеджменттің көшбасшылығы мен кәсібилігі. Тиімді көшбасшылық құзыреттер. Корпоративтік мәдениетті басқару.	Введение в организационное поведение. Личность и организация. Мотивация и результативность организации. Управление конфликтами. Формирование группового поведения в организации. Организационная культура и ее место в системе управления человеческими ресурсами. Важнейшие элементы организационной культуры. Цели ценности организационной культуры. Мотивационный механизм развития и укрепления культуры компании. Лидерство и профессионализм менеджмента в формировании и развитии организационной культуры. Эффективные лидерские компетенции. Управление корпоративной культурой.	Introduction to organizational behavior. Personality and organization. Motivation and effectiveness of the organization. Conflict management. Formation of group behavior in the organization. Organizational culture and its place in the human resource management system. The most important elements of organizational culture. Goals and values of organizational culture. Motivational mechanism for the development and strengthening of the company's culture. Leadership and professionalism of management in the formation and development of organizational culture. Effective leadership competencies. Corporate culture management.
Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites		
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Управление конкурентоспособностью	Management of competitiveness
Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager		
Сейтова Г.Т.	Досмакова А.Е.	Сейтова Г.Т.

<i>Инновациялық өнімдер мен қызметтер маркетингі/ Маркетинг инновационной продукции и услуг/ Marketing of innovative</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Теориялық негіздерді қалыптастыру және инновациялық өнімді нарыққа жылжытудың практикалық әдістерін игеру, инновациялық әлеуетті диагностикалауды, ұйымдағы инновациялық процесті зерттеу, сонымен қатар тұтынушылардың сұраныстары мен инновациялық саладағы сұранысты зерттеу әдістерін оқыту.	Формирование теоретических основ и овладение практическими приемами продвижения инновационного продукта на рынок, изучение диагностики инновационного потенциала, инновационного процесса в организации, а также обучение методам исследования запросов потребителей и спроса в инновационной сфере.	Formation of theoretical foundations and mastering practical techniques for promoting an innovative product to the market, studying the diagnostics of the innovative potential, the innovation process in the organization, as well as training in the methods of research of consumer requests and demand in the innovation sphere.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - жаңа өнімдер мен қызметтер маркетингінің мәнін, принциптері мен ерекшеліктерін анықтайды; тактикалық инновациялық маркетинг, баға белгілеу, өнім саясатын, интернет-маркетинг әдістеріу. - нарыққа жаңа өнімді жылжыту бойынша іс- шараларды жоспарлайды; маркетингтік зерттеулер жүргізу, жаңа өнім нарығындағы бәсекелестер туралы ақпарат жинау, бәсекелестік органы талдау, жаңа өнімдерді нарыққа шығару бойынша маркетингтік стратегияларды әзірлейді. - тұтынушылардың мінез-құлқын және бәсекелестік органы талдау әдістерін жалпылау, маркетингтік стратегияларды әзірлеу дағдыларын, инновациялық тауарлар мен ғылымды қажетсінетін технологияларды әзірлеу және жоспарлау тәсілдерін меңгереді. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

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

<i>Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент / Innovation management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттерде инновациялық қызмет және инновацияларды басқару тетігі туралы түсініктерді қалыптастыру, инновациялық менеджменттің ұйымдық-экономикалық моделімен танысу, кәсіби қызмет жағдайында инновациялардың тиімділігін бағалауда дағдыларды дамыту	Формирование у студентов представления об инновационной деятельности и механизме управления инновациями, знакомство с организационно-экономической моделью инновационного менеджмента, развитие навыков в оценке эффективности инноваций в условиях профессиональной деятельности	Formation of students ' understanding of innovation activity and the mechanism of innovation management, acquaintance with the organizational and economic model of innovation management, development of skills in assessing the effectiveness of innovations in the context of professional activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - инновациялық менеджменттің теориялық негіздерін, инновациялардың тиімділігін бағалау әдістемесін, венчурлық және бизнес - періштелік қаржыландыру процестерінің мәнін анықтайды; - инновацияның ерекшеліктерін уақыт шеңберімен нақты шектелген әнім ретінде бағалайды; – кәсіби қызмет жағдайында инвестициялау үшін жобаларды бағалайды.	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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Коммерциялық менеджмент	Коммерческий менеджмент	Commercial management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>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 басқару және жобалардың тиімділік деңгейін бағалау. Зияткерлік меншік. Шағын инновациялық бизнес. Венчурлық қаржыландыру.</p>	<p>Становление теории инноватики и ее современные концепции. Основы управления инновационной деятельности компании. Методы и формы организации инновационного процесса. Определение уровня инновационного потенциала предприятия. Управление инновационными проектами и оценка уровня эффективности проектов. Интеллектуальная собственность. Малый инновационный бизнес. Венчурное финансирование.</p>	<p>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 effectiveness. Intellectual property. Small innovative business. Venture capital financing.</p>
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Әндірістік менеджмент	Производственный менеджмент	Production management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Брэндинг/Брэндинг/Brending</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
брэндинг саласында маркетингтік іс-шаралар өткізу үшін студенттердің мамандық игеру кезінде кәсіби білімі мен іскерлігін қалыптастыру	Формирование у студентов профессиональных знаний и умений при освоении специальности для проведения маркетинговых мероприятий в области брэндинга	formation of students ' professional knowledge and skills in mastering the specialty for conducting marketing activities in the field of branding nnel, using incentive mechanisms for personnel.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: <ul style="list-style-type: none"> - брендтерді әзірлеу мен жылжытудың әдіснамалық негіздерін, зерттелетін курстың негізгі категорияларын сипаттай алады; - брэндинг мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларды талдау, Бренд-менеджмент саласындағы түрлі іс-шараларды өткізу мүмкіндіктерін бағалайтын болады; - бренд портфелін басқару процесінде әртүрлі әдістерді қолдану дағдыларын, брендтік коммуникацияларды пайдалану дағдыларын талқылай алады; - брэндинг саласындағы маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруда және өткізуде брэндингтің арнайы терминологиясы мен лексикасын қолдануды бағалайды. 	После успешного завершения курса обучающиеся будут: <ul style="list-style-type: none"> –описывать методологические основы разработки и продвижения брэндов, основные категории изучаемого курса; –анализировать 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 использования брэнд-коммуникаций; –оценивать применение специальной терминологии и лексики брэндинга, в организации и проведении маркетинговых мероприятий в области брэндинга. 	After successful completion of the course, students will be: <ul style="list-style-type: none"> - 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 in the process of brand portfolio management, the skills of using brand communications; - competent in the application of special terminology and vocabulary of branding, in the organization and conduct of marketing activities in the field of branding.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бренд және брэндинг. Брэндинг процесі. Бренд портфелін басқару. Біріктірілген	Брэнд и брэндинг. Процесс брэндинга. Управление портфелем брэндов.	Brand and branding. The branding process. Brandportfolio management. Integrated brand

бренд-коммуникациялар. капиталдандыру. Брендингтің аспектілері.	Брендті құқықтық	Интегрированные брэнд-коммуникации. Капитализация брэнда. Правовые аспекты брэндинга.	communications. Brand capitalization. Legal aspects of branding.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>			
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Управление конкурентоспособностью	Management of competitiveness	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>			
Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	Сейтова Г.Т.	

<i>Персоналды басқару/ Управление персоналом/ Personnel Management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
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 пайдаланудағыдыларын 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.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - персоналды басқару жөніндегі ұйымның қызметін реттейтін заңнамалық және нормативтік - құқықтық актілерді анықтайды; - еңбекақы тәлеу нысандары мен жүйелерін, еңбек шартын әзірлеу және жасасу және еңбек дауларын реттеу тәртібін бағалай алады; - кәсіпорынның даму перспективаларын ескере отырып әр түрлі мамандықтар мен біліктіліктердегі персоналға қажеттілікті болжау бойынша дағдыларды әзірлейтін болады; - персоналды тарту, іріктеу және іріктеу жөніндегі жұмыстарды ағымдағы және перспективалық жоспарлауды жүзеге асырудағы іс-қимыл тәртібін сипаттау, персоналдың қызметін бақылау және бағалау рәсімдерін, әдістерін әзірлейді. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 осуществлении текущего и перспективного планирования работ по привлечению, подбору и отбору персонала, разрабатывать процедуры, методы контроля и оценки деятельности персонала. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Менеджмент	Менеджмент	Management

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

<i>Маркетингтік талдау / Маркетинговый анализ/ Marketing analysis</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Кәсіптік қызмет жүйесінде дұрыс маркетингтік шешімдер қабылдауға мүмкіндік жасауға бағытталған ұйымдағы маркетингтік талдаудың теориялық және практикалық мәселелері, оны жүргізу нысандары мен әдістері бойынша студенттерді даярлаудың қажетті деңгейін қалыптастыру	Формирование необходимого уровня подготовки студентов по теоретическим и практическим вопросам маркетингового анализа в организации, его формам и методам ведения, направленных на создание возможности для принятия правильных маркетинговых решений в системе профессиональной деятельности	Formation of the necessary level of training of students on theoretical and practical issues of marketing analysis in the organization, its forms and methods of conducting, aimed at creating opportunities for making the right marketing decisions in the system of professorial activity
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - маркетингтік талдаудың мақсаттары мен мазмұнын, оның әдістері мен әдістерін, сондай-ақ ақпараттық базаны сипаттайтын болады; - сатып алушыларға, олардың қалауына, тауарлар мен тауар саясатына, ассортимент пен ассортимент саясатына, баға саясатына, сату мен сату саясатына, маркетингтік коммуникацияларға талдау жүргізу, бәсекелестік ортаны бағалайды; - маркетингтік ортаны талдауға мақсат қою процесін сипаттау; маркетингтік ақпаратты жинау және талдау; маркетингтік зерттеулерде қоғамдық пікір мен фокус-топтарға сауалнама жүргізеді.	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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетингтік зерттеулер, Маркетинг	Маркетинговые исследования, Маркетинг	Marketing Research, Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетингтік талдаудың мақсаты мен мазмұны, сатып алушыларды талдау.	Цели и содержание маркетингового анализа, анализ покупателей. Анализ	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.	конкуренции и конкурентов. Анализ товаров и товарной политики. Анализ ассортимента и ассортиментной политики. Анализ ценовой политики. Анализ сбыта и сбытовой политики. Анализ маркетинговых коммуникаций. Анализ рекламы предприятия. Анализ организации маркетинга на предприятии	competitors. Analysis of products and product policy. Analysis of the assortment and assortment policy. Analysis of pricing policy. Analysis of sales and sales policy. Analysis of marketing communications. Analysis of the company's advertising. Analysis of the organization of marketing in the enterprise.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Стратегиялық маркетинг	Стратегический маркетинг	Strategic marketing
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Басқарушылық талдау / Управленческий анализ / Managerial analysis</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Ұйымда қабылданатын қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді шешімдерді ғылыми негіздеу үшін теориялық негіздерді қалыптастыру және басқарушылық талдаудың практикалық әдістерін меңгеру.	Формирование теоретических основ и овладение практическими приемами управленческого анализа для научного обоснования принимаемых краткосрочных и долгосрочных решений в организации.	Formation of the theoretical foundations and mastering the practical techniques of management analysis for the scientific justification of short-term and long-term decisions in the organization.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - басқарушылық талдаудың мәнін, оның әдістері мен әдістерін, сондай-ақ ақпараттық базаны сипаттайды; - ұйым қызметінің нәтижелі көрсеткіштеріне әсер ететін факторларды анықтайды; - ұйым қызметінің функционалдық салаларында басқарушылық талдаудағыларын қолданады; - кәсіби қызмет жүйесінде басқарушылық талдау білімін практикалық қолдану бәлігінде құзыреттілікті көрсетеді.	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 организации; – применять навыки управленческого анализа в функциональных областях деятельности организации; – показывать компетентность в части практического применения знаний управленческого анализа в системе профессиональной деятельности	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 ways in which material flows should go; - to demonstrate competence in the practical application of knowledge of management analysis in the system of professional activity.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Экономикалық теория, Экономикадағы статистикалық әдістер	Экономическая теория, Статистические методы в экономике	Economic theory, Statistical methods in economy
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Басқарушылық талдаудың теориялық негіздері. Ресурстарды пайдалану мен әндіріс нәтижелерін экономикалық талдау. Әнімді (жұмыстарды, қызметтерді) әндіруге арналған шығындарды талдау. Нақты нәтижелердің жоспарланғаннан ауытқуын талдау әдістері. Шекті талдау. Сегменттік	Теоретические основы управленческого анализа. Экономический анализ использования ресурсов и результатов производства. Анализ затрат на производство продукции (работ, услуг). Методы анализа отклонений фактических результатов от плановых. Маржинальный	Theoretical foundations of management analysis. Economic analysis of resource use and production results. Analysis of production costs (works, services). Methods for analyzing deviations of actual results from planned results. Margin analysis. Segmental analysis. Marketing analysis. Investment analysis.

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

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

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

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

<i>Бәсекеге қабілеттілігін басқару/Управление конкурентоспособностью/Management of competitiveness</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Білім алушыларда тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін басқару және анықтау бойынша теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по управлению и определению уровня конкурентоспособности товара и предприятия.	Formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in managing and determining the level of competitiveness of goods and enterprises.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілік теориясы бойынша негізгі іргелі білімді сипаттайтын болады; - сала ерекшелігін ескере отырып, әнімдер мен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесін қолданады; - кәсіпорынның бәсекелестік ортасын диагностикалау әдістемесін меңгереді; - тауар мен кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалайды.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - описывать основные фундаментальные 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 и предприятия.	After successful completion of the course, students will be: - understand the basic fundamental knowledge of the theory of enterprise competitiveness -be able to apply methods for assessing the competitiveness of products and enterprises, taking into account the specifics of the industry; -master the methodology of diagnostics of the competitive environment of the enterprise; -competent in determining the level of competitiveness of the product and the enterprise.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Бизнесті ұйымдастыру, Бренддинг	Организация бизнеса, Бренддинг	Business Organization, Branding
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бәсекелестік және бәсекеге қабілеттілік теориясының негіздері. Бәсекеге қабілеттіліктің әдіснамалық аспектілері. Бәсекеге қабілетті стратегиялық басқару шешімдерін әзірлеу негіздері. Әр түрлі объектілердің бәсекелестік артықшылықтарын жіктеу. Әнім сапасы мен тұтынушылар сервисін басқару әдістері. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін, ұйымды, басқару жүйесінің әлеуеті мен	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.	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.

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

<i>Интернет-маркетинг / Интернет-маркетинг / Internet Marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Маркетингтік міндеттерді шешу мақсатында кәсіпорындардың шаруашылық қызметі барысында пайдаланылатын интернет - маркетингтің қазіргі заманғы тұжырымдамасы туралы жүйелі түсінікті қалыптастыру.	Формирование системного представления о современной концепции интернет - маркетинга, используемой в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач.	Forming future competence specialists to use marketing tools directly or indirectly related to the Internet when promoting a website, analyzing the market and competitive environment to ensure stable development and sustainable growth of a company or enterprise
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетингтік мәселелерді шешу, жарнамалық науқандарды жобалау үшін Интернет технологияларын дамыту және қолдану ерекшеліктерін сипаттаңыз; - Интернет-жоба әмірінің барлық циклін құру және сипаттау, - жоба әмірінің барлық бағыттары бойынша аналитикалық есептер дайындайды (нарықты талдау, бәсекелестікті бағалау, жылжыту тәсілдері, аудиториямен жұмыс істеу тәсілдері, сандық көрсеткіштер, қаржыландыру кездері; - веб-сайттардың тиімділігін зерттеу және технологияларды практикалық қолданудың негізгі әдістерінің Интернет-маркетингін жобалау тәртібін сипаттаңыз 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> -описывать особенности развития и применения технологий Интернет для решения маркетинговых 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 	<p>After successful completion of the course, students will be must know:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the specifics of the development and application of Internet technologies for solving marketing tasks, for designing advertising campaigns; - learn how to compose and describe the entire lifecycle of an Internet project, - they will be able to prepare analytical reports on all areas of the project's life (market analysis, competition assessment, promotion methods, approaches to working with the audience, quantitative indicators, sources of funding; - possess the skills of researching the effectiveness of websites and designing Internet marketing of the main methods of practical application of technologies
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетингтік мақсаттар үшін интернетті пайдалану мүмкіндіктері. Кәсіпорынның Веб-сайты. Іздеу маркетингі. Электрондық	Возможности использования интернет для Маркетинговых целей. Веб-сайт предприятия. Поисковый маркетинг.	Internet marketing in modern conditions. Means of marketing communications on the Internet. Contextual advertising. Search engine website

пошта маркетинг құралы ретінде. Интернет желісіндегі жарнама. Этикалық емес жылжыту әдістері. Серіктестік маркетинг. Маркетингте әлеуметтік медианы пайдалану. Интернеттегі маркетинг жоспары	Электронная почта как инструмент маркетинга. Реклама в сети интернет. Неэтичные методы продвижения. Партнерский маркетинг. Использование социальных сетей в маркетинге. План маркетинга в сети интернет	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.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

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

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

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

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономиканың түрлі салалары үшін заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану әдістемесін сипаттау, бухгалтерлік және салықтық есеп саласындағы жаңа технологияларды білетін болады; - қолдану 1С: бухгалтерлік есеп 8; - сопо-ға салық есептілігінің нысандарын толтыру және жіберу, projectexpert-те қаржылық талдау жасай алады; - қаржылық талдау, тестілеу және қосымшаларды талдау үшін бағдарлама параметрлерін жасайтын болады; - маркетингте ақпараттық жүйелер модельдерінің практикалық қолданылуын бағалай алады. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описывать методику использования современных информационных технологий для различных отраслей экономики, знать новейшие технологии в области бухгалтерского и налогового учета; - 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 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the methodology of using modern information technologies for various sectors of the economy, know the latest technologies in the field of accounting and tax accounting; - will be able to use 1С:Accounting.8; - fill out and submit tax reporting forms to SONO, develop financial analysis in ProjectExpert - have the skills to configure programs for financial analysis, testing and analyzing applications - competent in the field of practical use of information system models in marketing
--	---	---

Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites

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

<i>Коммерциялық маркетинг/ Коммерческий маркетинг/ Commercial marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттерде сауда (сауда) маркетингінің мазмұны, мақсаттары және ерекшеліктері туралы жүйелі түсінік қалыптастыру. Пән маркетингтік зерттеулердің әртүрлі әдістерін қолдануға, проблемалық-бағытталған ақпаратты жинауға және осы деректерді түсіндіруге үйретеді. Сауда ісінде маркетингтік қызметті дербес ұйымдастыру және жүргізу дағдыларын дамытады.	Формирование у студентов системного представления о содержании, целях и особенностях торгового (трейд) маркетинга. Дисциплина учит применять различные методы маркетинговых исследований, собирать проблемно-ориентированную информацию и интерпретировать эти данные. Развивает навыки в самостоятельной организации и проведении маркетинговой деятельности в торговом деле.	Formation of students ' systematic understanding of the content, goals and features of trade (trade) marketing. The discipline teaches how to apply various methods of market research, collect problem-oriented information, and interpret this data. Develops skills in the independent organization and conduct of marketing activities in the trade business.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - сауда маркетингінің теориялық және әдіснамалық аспектілерін сипаттайды; - сауда маркетингінің әртүрлі құралдарын қолданады; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді өз бетінше жүргізуді, нәтижелерді талдауды және түсіндіруді ұйымдастырады; - маркетингтік іс-шараларды өткізуге, сауда ұйымдарында маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды құруға және жүзеге асыруға үйретеді.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: –описывать теоретические и методологические аспекты трейд-маркетинга; –применять различные инструменты торгового маркетинга; –организовывать самостоятельное проведение маркетинговых исследований на конкретном рынке, анализа и интерпретации результатов; –учить проводить 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 various trade marketing tools; - possess the skills of independent organization and conduct of marketing research in a particular market, analysis and interpretation of results; - are competent in organizing and conducting marketing events, drawing up and implementing marketing plans and programs in trade organizations.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Белсенді сату техникасы, Коммерциялық менеджмент, Мерчендайзинг	Техника активных продаж, Коммерческий менеджмент, Мерчендайзинг	Active Sales Techniques, Commercial Management, Merchandising
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

<i>Event-маркетинг/Event-маркетинг/Event-marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Оқушыларда оқиғалар (сауда) маркетингінің мазмұны, мақсаттары және ерекшеліктері туралы жүйелі түсінік қалыптастыру. Пән алға жылжытудың технологиялары мен техникаларымен таныстырады бағдарламалық пакеттер негізінде жаңа ақпараттық технологиялармен жұмыс істеу үшін қажетті арнайы білім мен дағдыларды алу, тұтынушы мен бренд арасында эмоционалды байланыс құратын арнайы іс- шараларды құру және ұйымдастыру арқылы тауарлар мен қызметтер.	Формирование у студентов системного представления о содержании, целях и особенностях событийного (трейд) маркетинга. Дисциплина знакомит с технологиями и техниками продвижения товара или услуги с помощью создания и организации специальных мероприятий, создающих эмоциональные связи между потребителем и брендом, приобретение ими специальных знаний и умений, необходимых для работы новыми информационными технологиями на базе программных пакетов.	Formation of students ' systematic understanding of the content, goals and features of event (trade) marketing. The discipline introduces technologies and techniques for promoting a product or service through the creation and organization of special events that create emotional connections between the consumer and the brand, the acquisition of special knowledge and skills necessary to work with new information technologies based on software packages.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - event-маркетингтің теориялық және әдіснамалық аспектілерін түсінетін болады; - түрлі оқиғалар маркетинг құралдарын қолдана алады; - белгілі бір нарықта маркетингтік зерттеулерді өз бетінше ұйымдастыру және жүргізу, нәтижелерді талдау және түсіндіру дағдыларын кәрсете біледі; - іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу, компанияларда маркетингтік жоспарлар мен бағдарламаларды жасау және іске асыру дағдыларын растай алады.	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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг	Маркетинг	Marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

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

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

<i>Агромаркетинг / Агромаркетинг / Agromarketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Агромаркетингтің мәні мен мазмұны, оның агроөнеркәсіптік кешенді басқарудағы рөлі мен мақсаттары туралы білімді қалыптастыру. Аграрлық салада маркетингтік құралдарды пайдаланудағыдыларын дамыту.	Формирование знаний о сущности и содержании агромаркетинга, его роли и целей в управлении АПК. Развитие навыков в использовании маркетинговых инструментов в аграрной сфере.	Formation of knowledge about the essence and content of agromarketing, its role and goals in the management of the agro-industrial complex. Development of skills in the use of marketing tools in the agricultural sector.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - тиімді агромаркетингтің теориялық аспектілерін, басқару жүйесін және технологиясын түсінуетін болады; - ұйымдардың қызметінде заманауи маркетингтік құралдарды қолдану АӨК; - кәсіби салада маркетингтік ғылыми зерттеулер жүргізудің әдіснамасы мен әдістемесін растай алады; - АӨК-де стратегиялық және маркетингтік жоспарларды, баға стратегиялары мен бағдарламаларын әзірлеу іс-қимылдарының тәртібін түсіндіре алады.	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.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Маркетинг, Агробизнестің экономикалық негіздері	Маркетинг, Экономические основы агробизнеса	Marketing, Economic bases of agribusiness
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Агромаркетингтің теориялық аспектілері. Агромаркетингі басқару жүйесі. Тиімді агромаркетинг технологиясы. Маркетингтік гуманитарология. Агромаркетинг кешені. Агроапркетинг жүйесіндегі Консалтинг. АӨК ұйымының агромаркетинг жүйесі. Агромаркетингі басқарудың аймақтық	Теоретические аспекты агромаркетинга. Система управления агромаркетингом. Технология эффективного агромаркетинга. Маркетинговая гуманитарология. Комплекс агромаркетинга. Консалтинг в системе агроапркетинга. Система Агромаркетинга организации АПК. Региональная система управления агромаркетингом	Theoretical aspects of agromarketing. Agromarketing management system. Effective agromarketing technology. Marketing humanitarianism. Set of agromarketing. Consulting in the system agromarketing. Agromarketingsystem of the agribusiness organization. Regional agromarketing management system.

жүйесі		
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.	Досмакова А.Е.

Өнеркәсіптік маркетинг/Промышленный маркетинг/Industrial Marketer

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

<p>Әндірістік менеджменттің мәні, мәні және ерекшеліктері туралы теориялық білімді қалыптастыру. Өнеркәсіптік кәсіпорынды басқарудағы менеджменттің заманауи әдістерімен танысу. Әндірістік ұйымдардың қызметі туралы талдамалық материалдарды дайындауда Дағдылар мен құзыреттерді дамыту.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
---	--	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - өнеркәсіптік маркетингтің теориялық тұжырымдамаларын сипаттайды; - әндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, әндірістің нақты объектілерінде өз білімдерін түсіндіре алады; - маркетингтік зерттеулер жүргізу, нарықты сегменттеу және орналастыру, өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын әзірлеу үшін стратегиялық талдау және жоспарлау құралдарын тиімді қолдану дағдыларын тәжірибе жасайтын болады.</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут: –описывать теоретические концепции промышленного маркетинга; –интерпретировать свои знания на конкретных объектах производства, осуществляя разработку 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</p>	<p>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</p>
---	---	---

Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites

<p>Инновациялық әнімдер мен қызметтер маркетингі</p>	<p>Маркетинг инновационной продукции и услуг</p>	<p>Marketing of innovative products and services</p>
--	--	--

Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary

<p>Өнеркәсіптік маркетингке кіріспе. Ұйымдардағы сатып алу функциялары –</p>	<p>Введение в промышленный маркетинг. Функции закупки в организациях –</p>	<p>Introduction to Industrial Marketing. Purchasing functions in customer organizations. New</p>
--	--	--

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

<i>Өндірістік менеджмент / Производственный менеджмент/ Production management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>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.</p>	<p>Формирование теоретических знаний о сущности, значении и особенностях промышленного маркетинга. Знакомство с современными методами менеджмента в управлении промышленным предприятием. Развитие навыков и компетенций в подготовке аналитических материалов о деятельности производственных организаций.</p>	<p>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.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - өнеркәсіптік маркетингтің теориялық тұжырымдамалары айқындайтын болады; - өндірістік жоспарларды әзірлеуді және оларды іске асыруды жүзеге асыра отырып, өндірістің нақты объектілерінде өз білімдерін растайтын болады; - еңбекті ұйымдастыруды жетілдіру бойынша іс-шараларды әзірлеу дағдыларына ие болады; - өнеркәсіптік өндірісті басқару саласында, жұмыс процестерін ұйымдастырудың технологиялық негіздері мәселелерінде дағдыларды қолдану, өндірісте еңбекті ынталандыру құралдарын меңгереді. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять теоретические концепции промышленного маркетинга; - подтверждать 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. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the theoretical concepts of production management; - implement their knowledge on specific production facilities, developing production plans and implementing them; - have the skills to develop measures to improve the organization of work; - be competent in the field of industrial production management, in the issues of technological foundations of the organization of work processes, possess tools for motivating labor in production.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Инновациялық менеджмент	Инновационный менеджмент	Innovation management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Кәсіпорын әндірістік жүйе және әндірістік Менеджмент объектісі ретінде. Әндірістік жүйенің ресурстық құрамы және кәсіпорынның техникалық-әндірістік базасы. Әндірісті басқару жүйесі. Әндірісті жоспарлау. Әнім, оны құру және әндірісті технологиялық дайындау Әндірістік процестерді ұйымдастыру негіздері. Әндірісті жедел басқару. Әнімді әткізуді басқару. Әндіріске Кәліктік қызмет кәрсетуді басқару.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Логистика /Логистика / Logistics</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>Логистиканың мәні, оның тұжырымдамасы мен принциптері туралы теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру, материалдық ағындардың, логистикалық операциялар мен жүйелердің ерекшеліктерімен танысу, мамандық бойынша кәсіби қызмет жүйесінде логистикалық саясатты және тиісті сервисті әзірлеу бойынша құзыреттерді алу үшін барлық логистикалық процесті ұйымдастыруда дағдыларды дамыту</p>	<p>Формирование теоретических знаний и практических навыков о сущности логистики, ее концепции и принципах, знакомство с особенностями материальных потоков, логистических операций и систем, развитие навыков в организации всего логистического процесса для получения компетенций по разработке логистической политики и надлежащего сервиса в системе профессиональной деятельности по специальности</p>	<p>Formation of theoretical knowledge and practical skills about the essence of logistics, its concept and principles, familiarity with the features of material flows, logistics operations and systems, development of skills in the organization of the entire logistics process to obtain competencies in the development of logistics policy and proper service in the system of professional activity in the specialty</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - логистиканың мәнін, оның тұжырымдамасы мен принциптерін сипаттайтын болады; - логистиканы пайдаланудың экономикалық әсерін бағалай алады; - материалдық ағындар жүретін оңтайлы жолдарды анықтау дағдыларын білдіреді; - Әткізудің басым арналарын анықтай алады; - тиісті сервисті тұрақты басқару жүйесінде тарату саясатын әзірлейтін болады. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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. 	<p>After successful completion of the course, students will be:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 a distribution policy in the system of regular management of the appropriate service.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

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

<i>Стратегиялық менеджменттің негіздері / Основы стратегического менеджмента / Fundamentals of strategic management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/Purpose</i>		
білім алушыларда ұйымды стратегиялық басқару саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области стратегического управления организацией	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of strategic managementof the organization
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар: - стратегиялық менеджменттің әдіснамалық негіздері мен категорияларын байланыстыру; - ұйымның ішкі жағдайы мен бәсекелестік жағдайын бағалайды; - басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау жүргізу дағдыларын кәрсетеді; - ұйым жұмыс істейтін саланың жай-күйі мен даму динамикасын бағалайды; олардың өзара байланысында стратегиялық және жедел мақсаттарды анықтайды; ұйымның күшті және әлсіз жақтарын, сыртқы ортадан туындайтын мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтай алады.	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
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Басқарушылық шешімдерді әзірлеу	Разработка управленческих решений	Development of managerial decisions
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Стратегиялық менеджменттің мәні мен мазмұны. Ұйымның миссиясы мен Мақсаттарының рөлі. Бизнес-бірлік стратегиясының ерекшеліктері. Корпоративтік стратегия: бизнес түрлерінің пакетін басқару. Ұйымның сыртқы ортасын талдау және бағалау. Компанияның ішкі	Сущность и содержание стратегического менеджмента. Роль миссии и целей организации. Особенности стратегии бизнес-единицы. Корпоративная стратегия: управление пакетом видов бизнеса. Анализ и оценка внешней среды организации. Анализ и оценка внутренней	The essence and content of strategic management. The role of the organization's mission and goals. Features of the business unit strategy. Corporate strategy: managing a package of business types. Analysis and evaluation of the external environment of the organization. Analysis and evaluation of the internal environment of the

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