

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



Білім беру бағдарламасы
Образовательная программа
Educational program

7M04109 Маркетинг/Маркетинг/Marketing

Деңгейі/Уровень/Level: магистратура /магистратура /master's degree program

Изменение 1. В ОП внесены дополнения и изменения решением Правления на основании рекомендаций экспертов Реестра ОП ЦБПиАМ от 12.01.22 г протокол № 1

ӘЗІРЛЕУШІЛЕР/ РАЗРАБОТЧИКИ// DEVELOPERS:

23.10.2020 жылы Экономика және Құқық институты директоры А. Табулденов бекіткен академиялық комитет әзірледі / Разработано академическим комитетом, утвержденным директором института Экономики и права А.Табулденовым 23.10.2020 года / Developed by the Academic Committee approved by the Director of the Institute of Economics and Law A.Tabuldinov on 23.10.2020

ҰСЫНЫЛДЫ/РЕКОМЕНДОВАНО/RECOMMENDED:

Бухгалтерлік есеп және басқару кафедра отырысында қарастырылды, 2021 ж.30.03.
№ 3 хаттама

Рассмотрена на заседании кафедры бухгалтерского учета и аудита, протокол № 3 от 30.03.2021 г.

Considered at a meeting of the department, protocol No.3 dated 30.03. 2021y.

П.И Чужинов атындағы Экономика және құқық институттың әдістемелік комиссиясында талқыланды, 2021 ж. 16.04. № 2 хаттама

Обсуждена на заседании методической комиссий института Экономики и права имени П.И.Чужинова протокол № 2 от 16.04. 2021 г.

Discussed at a meeting of the methodological commissions of the P.I. Chuzhinov Institute of Economics and Law ,protocol No.2 dated 16.04.2021y.

Оқу әдістемелік кеңесінің шешімімен ұсынылды, 2021 ж.20.04. № 4 хаттама

Рекомендована решением Учебно-методического совета, протокол № 4 от 20.04.2021 г.

Recommended by the decision of the Educational and Methodological Council,

Protocol No.2 dated 20.04.2021y.

Келесі құжаттар негізінде жасалды:

- Білім берудің барлық деңгейінің мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарттары, Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 31 қазандағы № 604 бұйрығы (05.05.2020 ж. өзгертулер мен толықтырулар негізінде);
- Әлеуметтік әріптестік пен әлеуметтік және еңбек қатынастарын реттеу жөніндегі республикалық үшжақты комиссияның 2016 жылғы 16 наурыздағы бекітілген Ұлттық біліктілік шеңбері;
- Кәсіби стандарт: "Инновациялық өнімдер/қызметтер маркетингі "Қазақстан Республикасы" Атамекен " Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма Төрағасы орынбасарының 24.12.2019 ж. № 259 бұйрығына № 4 қосымша

Разработана на основании следующих документов:

- ГОСО всех уровней образования, утверждено приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 31 октября 2018 года № 604(с изменениями и дополнениями от 05.05.2020г.);
- Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 года Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений;

- Профессиональный стандарт: «Маркетинг инновационной продукции/услуг» Приложение № 4 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 24.12.2019г. № 259

Developed on the basis of the following documents:

- SES of all levels of education, approved by order of the Minister of Education and Science of the Republic of Kazakhstan dated October 31, 2018 No. 604;
- National qualifications framework approved by the protocol of March 16, 2016 by the Republican tripartite commission on social partnership and regulation of social and labor relations;
- Professional standard: "Marketing of innovative products/services" Appendix No. 4 to the Order of the Deputy Chairman of the Board of the National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan "Atameken" dated 24.12.2019 No. 259

КЕЛІСІЛДІ/СОГЛАСОВАНО:

Наименование предприятия

_____ (печать предприятия)

ФИО

© Костанайский региональный университет имени А.Байтурсынова



© Костанайский региональный университет имени А.Байтурсынова

**Білім беру бағдарламасының паспорты
Паспортобразовательной программы
Passport of the educational program**

БББ коды және атауы/ Код и название ОП OP code and name	7M04109 Маркетинг/Маркетинг/Marketing
Білім беру саласының коды және жіктелуі / Код и классификация области образования/ Code and classification the field of education	7M04 Бизнес, басқару және құқық/ Бизнес, управление и право/ Business, management and law
Даярлау бағытының коды мен жіктелуі/ Білім беру бағдарламалары тобы/Білім беру бағдарламаларының тобы Код и классификация направлений подготовки/ Группа образовательных программ / Code and classification areas of training/ Group of educational programs	7M041 Бизнес және басқару/Бизнеси управление/ Businessand management M075 Маркетинг және жарнама/ Маркетинг и реклама/ Marketing and Advertising
Білім ББ түрі/ Вид ОП/EP type	Қолданыстағы/Действующая/Acting;
ББХСЖ бойынша деңгейі/ Уровень по МСКО/ISCED level	ББХСШ /МСКО/ISCED7
ҰБШ бойынша деңгейі/Уровень по НРК/NQF level	ҰБШ /НРК/NQF 7
СБШ бойынша деңгейі/ Уровень по ОРК/ORK level	СБШ/ОРК// ORK7 (7.1)
Оқыту нысаны/ Формаобучения/ Formofstudy	Күндізгі/Очное /Fulltime
Оқу мерзімі/Срокобучения/Training period	1жыл/1 года/1 years
Оқыту тілі/Языкобучения/Language of instruction	қазақ және орыс/казахский и русский/kazakh and russian
Кредит көлемі/ Объем кредитов/ Loanvolume	Академиялық кредит 60/ Академических кредитов 60 /Academiccredits 60 ECTS

Білім беру бағдарламасының мақсаты/ Цель образовательной программы/The purpose of the educational program
Маркетинг саласында жоғары білікті және бәсекеге қабілетті мамандарды, сондай-ақ сауда негізгі кәсіби функцияларды іске асыруға жоғары деңгейде дайын, өз қызметінің кәсіби салаларын дамыту сипаты мен бағытына конструктивті ықпал ете алатын, ұйымдастырушылық жұмыс пен басқару қызметінің дағдыларын меңгерген маркетинг саласындағы мамандарды дайындау.
Подготовка высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов в сфере маркетинга, в области торгового маркетинга, обладающих высоким уровнем готовности к реализации основных профессиональных функций, способных конструктивно влиять на характер и направление развития профессиональных сфер своей деятельности, владеющих навыками организаторской работы и управленческой деятельности.
Training of highly qualified and competitive specialists in the field of marketing, in the field of trade marketing, with a high level of readiness to implement the basic professional functions that can constructively influence the nature and direction of development of professional fields of their activities, possessing the skills of organizational work and management.
Берілетін дәреже / Присуждаемая степень / Awarded degree
«7M04109 Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша бизнес және басқару магистрі
магистр бизнеса и управления по образовательной программе «7M04109 Маркетинг»
master of Business and Management in the educational program «7M04109 Marketing»
Маман лауазымдарының тізбесі/ Перечень должностей по ОП/List of positions on OP
Маркетолог, жарнама менеджері, маркетолог – аналитик, PR-менеджер, маркетинг бөлімінің бастығы, маркетинг бөлімінің бастығының орынбасары
Маркетолог, менеджер по рекламе, маркетолог – аналитик, PR – менеджер, начальник отдела по маркетингу, зам. начальника отдела по маркетингу
Marketer, Advertising manager, marketing analyst, PR Manager, Head of Marketing Department, Deputy head of the marketing department,.
Кәсіби қызмет объектілері/ Объекты профессиональной деятельности /Objects of professional activity
<ul style="list-style-type: none"> - нарықтар (тауар, қор, ақпарат, капитал, еңбек және т. б.); - мемлекеттік мекемелер; - қызмет көрсету кәсіпорындары (қонақ үйлер, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары, туристік фирмалар, экскурсиялық бюро); - өндірістік және делдалдық кәсіпорындар; - халықаралық сауда палаталары; - сауда үйлері; - көлік және коммуникация; - қойма шаруашылығы; - саяси білім; - қоғамдық ұйымдар; - білім беру ұйымдары.
<ul style="list-style-type: none"> - рынки (товарные, фондовые, информационные, капитала, труда ит.д.); - государственные учреждения; - предприятия услуг (гостиницы, предприятия общественного питания, туристские фирмы, экскурсионное бюро); - производственные и посреднические предприятия; - международные торговые палаты; - торговые дома; - транспорт и коммуникации; - складское хозяйство;

<ul style="list-style-type: none"> - политические образования; - общественные организации; - организации образования.
<ul style="list-style-type: none"> - markets (commodity, stock, information, capital, labor, etc.); - state institutions; - service companies (hotels, catering establishments, travel agencies, tour bureaus); - production and intermediary enterprises; - international chambers of commerce; - trading houses; - transport and communications; - storage facilities; - political entities; - public organizations; - educational organizations.
Кәсіби қызмет түрлері/ Виды профессиональной деятельности /Professional activities
<ul style="list-style-type: none"> - ғылыми-зерттеу; - білім беру; - ұйымдастырушылық-басқарушылық; - есептеу-жобалау, - эксперименттік-зерттеу; - жарнамалық бизнес; - логистикалық бизнес.
<ul style="list-style-type: none"> - научно-исследовательская; - образовательная; - организационно-управленческая; - расчетно-проектная, - экспериментально-исследовательская; - рекламный бизнес; - логистический бизнес.
<ul style="list-style-type: none"> - research and development; - educational; - organizational and managerial support; - calculation and design, - experimental and research; - advertising business; - logistics business.
Кәсіби қызметінің функциялары/ Функции профессиональной деятельности/Functions of professional activity
<ul style="list-style-type: none"> - барлық бөлімшелердің қызметін ұйымдастыруды жетілдіру жөніндегі іс-шараларды әзірлеу; - түрлі салаларда маркетингтік зерттеулерді жүзеге асыру; - қызмет көрсету стратегиясы мен тактикасын, маркетинг бюджетін және кәсіпорынның бизнес-жоспарын әзірлеуге қатысу; - кәсіпорынды басқару бойынша қызметті ұйымдастыру, жоспарлау және үйлестіру, нарықтық және салалық экономиканы қалыптастыру; - халық шаруашылығының әртүрлі салаларына ауылшаруашылығы өнімдерін сатуды бақылауды жүзеге асыру; - шаруашылық жүргізудің түрлі салаларында агроөнеркәсіптік кешенді басқару және бақылау; - бейіндік бағыттағы пәндер бойынша білім беру бағдарламалары мен оқу-әдістемелік кешендерді әзірлеу.
<ul style="list-style-type: none"> - разработка мероприятий по совершенствованию организации деятельности всех подразделений; - осуществление маркетинговых исследований в различных отраслях;

<ul style="list-style-type: none"> - участие в разработке стратегии и тактики сервиса, бюджета маркетинга и бизнес-плана предприятия; - организация, планирование и координация деятельности по управлению предприятием и формированию рыночной и отраслевой экономики; - осуществление контроля, за реализацией сельскохозяйственной продукции в различные отрасли народного хозяйства; - управление и контроль агропромышленного комплекса в различные отрасли хозяйствования; - разработка образовательных программ и учебно-методических комплексов по дисциплинам профильной направленности.
<ul style="list-style-type: none"> - development of measures to improve the organization of the activities of all departments; - implementation of market research in various industries; - participation in the development of the strategy and tactics of the service, the marketing budget and the business plan of the enterprise; - organization, planning and coordination of enterprise management activities and the formation of a market and industry economy; - control over the sale of agricultural products in various sectors of the national economy; - management and control of the agro-industrial complex in various economic sectors; - development of educational programs and educational and methodological complexes in the disciplines of the profile orientation.
<p>БББ бойынша оқу нәтижелері / Результаты обучения по ОП / EP learning outcomes</p>
<p>Оқу бағдарламасын сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті:</p> <p>ON1 Кәсіби коммуникацияны ана тілінде және шет тілінде жүзеге асыру;</p> <p>ON2 Басқару стилдерері мен командаларды қалыптастыру тәсілдерін ескере отырып, ұйымдағы тиімді коммуникациялық процесті ұйымдастыра білу;</p> <p>ON3 Ұйымның маркетингтік қызметін басқару принциптерін, әдістерін және функцияларын білу;</p> <p>ON4 Тауарлық ассортиментті қалыптастыру, оны өткізу және жылжыту мәселелеріне қатысты маркетингтік проблемалар мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу;</p> <p>ON5 Баға белгілеудің әртүрлі әдістерін қолдану; баға белгілеу саласында маркетингтік құралдарды қолдану; баға стратегиясы мен тактикасын дұрыс анықтау;</p> <p>ON6 Маркетингтік қызметті стратегиялық және тактикалық басқару шеңберінде тиімді шешімдер қабылдау;</p> <p>ON7 Материалдық өндіріс пен бөлудің нақты объектілерінде өз білімдерін жүзеге асыру, маркетингті басқару.</p> <p>ON8 Компанияның жалпы мақсатты бағыттарымен өзара байланыста маркетингтің стратегиялық мақсаттары мен міндеттерін негіздеу; менеджмент әдістері мен процестері және маркетинг құралдары негізінде маркетингтік сипаттағы коммуникациялық іс-шараларды жүргізу.</p> <p>ON9 Корпоративтік мәдениетті және ұйым туралы оң қоғамдық пікірді (имиджді) қалыптастыру саласында құзыретті.</p>
<p>После успешного завершения этой программы обучающийся будет:</p> <p>ON1 Осуществлять профессиональную коммуникацию на родном и иностранном языке;</p> <p>ON2 Уметь организовывать эффективный коммуникационный процесс в организации с учетом стили управления и приемов формирования команд;</p> <p>ON3 Знать принципы, методы и функции управления маркетинговой деятельностью организации;</p> <p>ON4 Проводить анализ маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов формирования товарного ассортимента, его сбыта и продвижения;</p> <p>ON5 Применять различные методы ценообразования; использовать маркетинговые инструменты в области ценообразования; правильно определять ценовую стратегию и тактику;</p> <p>ON6 Принимать эффективные решения в рамках стратегического и тактического управления маркетинговой деятельностью;</p> <p>ON7 Реализовывать свои знания на конкретных объектах материального производства и распределения, управлять маркетингом.</p>

ON8 Обосновывать стратегические цели и задачи маркетинга во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами компании; на основе методов и процессов менеджмента и инструментов маркетинга, проводить коммуникационные мероприятия маркетингового характера

ON9 Компетентен в области формирования корпоративной культуры и позитивного общественного мнения (имиджа) об организации.

Upon successful completion of this program, the student will:

ON1 To carry out professional communication in native and foreign languages;

ON2 Be able to organize an effective communication process in the organization, taking into account management styles and methods of team building;

ON3 Know the principles, methods and functions of marketing management of the organization;

ON4 To analyze marketing problems and specific market situations related to the formation of the product range, its sales and promotion;

ON5 Apply different pricing methods; use marketing tools in the field of pricing; correctly determine the pricing strategy and tactics;

ON6 Make effective decisions within the framework of strategic and tactical management of marketing activities;

ON7 Implement their knowledge on specific objects of material production and distribution, manage marketing.

ON8 To justify the strategic goals and objectives of marketing in relation to the general targets of the company; on the basis of management methods and processes and marketing tools, to conduct communication activities of a marketing nature;

ON9 Is competent in the field of forming a corporate culture and a positive public opinion (image) about the organization;

Соотнесение результатов обучения по образовательной программе "7М04109 Маркетинг " с Профессиональным стандартом «Маркетинг инновационной продукции/услуг» "7М04109 Маркетинг " білім беру бағдарламасы бойынша оқыту нәтижелерінің арақатынасы" «Маркетинг инновационной продукции/услуг» Кәсіби стандартымен

КАРТОЧКА ПРОФЕССИИ: «Специалист инновационного маркетинга» 7 уровень ОРК – Магистратура

КӘСІБИ КАРТА: «Инновациялық маркетинг маманы» СБШ 7 деңгей – Магистратура

ON/ PO	КС еңбек функциялары/ Трудовые функции ПС	Біліктілік, дағдылар/ Умения, навыки	Білімдер/Знания	Личностные и профессиональные компетенции (ПС)/ Жеке және кәсіби құзыреттіліктер (КС)
ON5, ON6, ON7	Трудовая функция 1 Разработка технологии проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для развития инновации и инновационных технологий.	Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. .Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования.Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организаций.	Теория, инструменты и методы менеджмента Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Особенности проведения социологических исследований. Принципы системного анализа. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг.	Критическое, системное мышление. Профессиональная коммуникация. Личная ответственность за результат. Лидерские качества Нетворкинг, наличие широких контактов в индустрии

	<p>Трудовая функция 2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов маркетингового анализа</p>	<p>Поиск путей совершенствования продуктов и технологий. Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг). Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими. Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров(услуг). Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на казахстанский и международный рынки. Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации. Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов).</p>	<p>Инструменты бренд-менеджмента. Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития. Процедуры тестирования инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов). Инструменты маркетингового ценообразования. Законодательство Республики Казахстан, стандарты, регулирующие цены и ценовая политика организаций. Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг с учетом ценовых стратегий.</p>	<p>Критическое, системное мышление. Профессиональная коммуникация. Личная ответственность за результат. Лидерские качества Нетворкинг, наличие широких контактов в индустрии</p>
--	--	--	--	--

Білім беру бағдарласының мазмұны/Содержание образовательной программы/ Content of the educational program

Модульдің атауы/ Название модуля/Module name	Модуль бойынша ОН/ РО по модулю/Module learning outcomes	Компонент циклілі (МК, ЖОО, ТК)/Цикл, компонент (ОК, ВК, КВ)/Cycle, component (OK, VK, KV)	Пәнді код /Код дисциплины /The code disciplines	Пәннің /тәжірибенің атауы/ Наименование дисциплины /практики/ Name disciplines /practices	Пәннің қысқаша мазмұны/ Краткое описание дисциплины /Brief description of the discipline	Кредиттер саны/ Кол-во кредитов/Number of credits	Семестр/Semester	Қалыптасатын компетенциялар (кодтары)/Формируемые компетенции (коды)/Formed competencies (codes)
Жалпы кәсіби пәндер Общие профессиональные дисциплины General professional disciplines	Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті: ON1, ON2, ON3, ON4, ON5, ON8 / После успешного завершения модуля обучающийся будет: ON1, ON2, ON3, ON4, ON5, ON8 / Upon successful completion of the module, the student will: ON1, ON2, ON3, ON4, ON5, ON8	БП/ ЖООК БД/ВК	ShT 5201 IYa 5201 FL 5201	Шет тілі (кәсіби) Иностранный язык (профессиональный) Foreign Language (professional)	Осы пәнді оқу кезінде магистранттар зерттелетін лексикалық және грамматикалық тақырыптар шегінде шет тілінде ауызша және жазбаша қарым-қатынас жасау дағдыларын меңгереді. Кәсіби қызмет саласында арнайы және ғылыми әдебиеттерді түсіну дағдыларын дамытуға көп көңіл бөлінеді. При изучении данной дисциплины магистранты овладевают навыками устного и письменного общения на иностранном языке в пределах изучаемых лексических и грамматических тем. Большое внимание уделяется развитию навыков понимания специальной и научной литературы в сфере профессиональной деятельности. When studying this discipline, undergraduates master the skills of oral and written communication in a foreign language within the studied lexical and grammatical topics. Much attention is paid to the development of skills of understanding special and scientific literature in the field of professional activity.	2	1	ON1

		БП/ ЖООК	Men 5202	Менеджмент	Пән мамандықты игеру кезінде кәсіби білім мен дағдыларды қалыптастырады. Соңғы жылдардағы менеджменттің басты тақырыбы-қазіргі заманғы ұйымдар тап болатын мәселелерге арналған инновациялық шешімдерді табу. Инновациялық шешімдерді табу үшін менеджерлер жаңа құзыреттер мен басқару дағдыларына ие болуы керек. "Менеджмент" пәні магистранттарды басқару ғылымының соңғы жетістіктерімен және менеджменттің үздік практикасы мен таныстырады	2	1	ON 20 N3
		БД/БК	Men 5202	Менеджмент	Дисциплина формирует профессиональные знания и умения при освоении специальности. Главной темой менеджмента последних лет является нахождение инновационных решений для проблем, с которыми сталкиваются современные организации. Чтобы находить инновационные решения, менеджеры должны обладать новыми компетенциями и управленческими навыками. Дисциплина «Менеджмент» знакомит магистрантов с последними достижениями управленческой науки и лучшей практикой менеджмента.			
			Man 5202	Management	The discipline forms professional knowledge and skills when mastering a specialty. The main theme of management in recent years is finding innovative solutions to the problems faced by modern organizations. To find innovative solutions, managers must have new competencies and managerial skills. The discipline "Management" introduces undergraduates to the latest achievements of management science and the best management practice.			
		БП/ ЖООК	Psi 5203	Басқару психологиясы	Адам ресурстарын басқару теориясы, персоналды басқару әдістемесі және ұйымдағы персоналды басқару жүйесін қалыптастыру, ұйымдағы кадыр жұмысын жоспарлау және персоналды басқару стратегиясы, персоналды басқару технологиясы және оның дамуы, сонымен қатар ұйымдағы персоналдың мінез құлқын басқару мәселелері мен іс әрекетінің нәтижелерін бағалау	2	1	ON 20 N5

		БД/ВК	Psi / 5203	Психология управления	Теория управления человеческими ресурсами, методология управления персоналом и формирования системы управления персоналом организации, стратегическое управление персоналом и планирование кадровой работы в организации, технология управления персоналом и его развитием, а также вопросы управления поведением персонала организации и оценки результатов его деятельности			
			Psy 5203	Psychology of management	Theory of human resource management, methodology of personnel management and formation of the organization's personnel management system, strategic personnel management and planning of personnel work in the organization, technology of personnel management and its development, as well as issues of management of the behavior of the organization's personnel and evaluation of the results of its activities.			
Маркетингтік басқару	Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті: ON2, ON3	БП/ТК	КМ 5204	Коммуникациялық менеджмент	Курс магистранттарды жоспарлау, басқару және бақылау бойынша шешім қабылдау кезінде менеджерге қажетті коммуникациялық менеджменттің теориялық және практикалық аспектілерімен таныстырады. Пән ұйымдағы тиімді коммуникациялық процесті ұйымдастыру принциптерін зерделеуге мүмкіндік береді; қоғаммен байланыс процесінің мәні мен технологиясы; коммуникациялық менеджменттің негізгі функциялары.	4	1	ON 20 N4
Маркетинговое управление	/После успешного завершения модуля обучающийся будет: ON2, ON3							
Marketing management	ON4, ON5, ON6, ON7, ON8/ Upon successful completion of the module, the student will: ON2, ON3 ON4, ON5, ON6, ON7, ON8	БД /КВ	КМ 5204	Коммуникационный менеджмент	Курс ознакомит магистрантов с теоретическими и практическими аспектами коммуникационного менеджмента, необходимыми менеджеру при принятии решений по планированию, управлению и контролю. Дисциплина позволяет изучить принципы организации эффективного коммуникационного процесса в организации; сущность и технологию процесса связей с общественностью; основные функции коммуникационного менеджмента.			

			CM 5204	Communications management	The course introduces undergraduates to the theoretical and practical aspects of communication management that a manager needs when making decisions on planning, management and control. The discipline allows you to study the principles of organizing an effective communication process in an organization; the essence and technology of the public relations process; the main functions of communication management.			
		БП/ТК	UBK 5204	Ұйымдағы басшылық пен көшбасшылық	Курс нарық жағдайында ұйымды басқарудың тиімділігін арттыру мақсатында жетекшілік пен көшбасшылықтың теориялық және әдістемелік мәселелерін ашады, топтық дисциплина процестері және ұйымда басқару шешімдерін қабылдау жүйесінде командаларды қалыптастыру принциптері туралы білім кешенін қалыптастырады.	4	1	ON 20 N6
		БД/КВ	RLO 5204	Руководство и лидерство в организации	Курс раскрывает теоретические и методические вопросы лидерства и руководства с целью повышения эффективности управления организацией в условиях рынка, формирует комплекс знаний о процессах групповой динамики и принципах формирования команд в системе принятия управленческих решений в организации.			
			GLO 5204	Guidance and leadership in the organization	The course covers theoretical and methodological issues of leadership and management in order to improve the effectiveness of organization management in the market, forms a set of knowledge about the processes of group dynamics and the principles of team formation in the system of managerial decision-making in the organization. Inspiring leadership.			
		КП/ ЖООК	TM 5301	Тәжірибелік маркетинг	Іскерлік этика канондарын сақтау негізінде тиімді экономикалық және басқарушылық маркетингтік шешімдер қабылдау үшін құзыретке ие болу дағдыларын қалыптастырады; маркетингтік зерттеулер нәтижелері және шаруашылық жүргізуші субъектінің ішкі аппараты негізінде өндіріс және өткізу көлемінің болжамдарын есептеуді үйрену	5	1	ON3, ON4

		ПД/ ВК	PM 5301	Практический маркетинг	Формирует навыки обладания компетенцией для принятия эффективных экономических и управленческих маркетинговых решений на основе соблюдения канонов деловой этики; рассчитывать прогнозы объемов производства и сбыта на основе результатов маркетинговых исследований и внутренней информации хозяйствующего субъекта			
			PM 5301	Practical marketing	Develops the skills of having the competence to make effective economic and managerial marketing decisions based on compliance with the canons of business ethics; calculate forecasts of production and sales volumes based on the results of marketing research and internal information of the business entity			
		КП/ ЖООК	BM 5302	Брэнд - менеджмент	Пәнді оқу бренді-менеджмент саласындағы маркетингшілердің кәсіби дайындығының өсуіне ықпал етеді. Бұл курс мынадай бағыттарды зерделеуді қамтиды: бренді заманауи түсіну; бренд менеджментін құру және дамыту; стратегиялық бренд-менеджмент; брендтер портфелін басқару және дамыту; бренд-коммуникация; бренді капиталдандыру, аудит және бағалау; жаһандық бренд-менеджмент.	5	1	ON 30 N4
		ПД/ ВК	BM 5302	Брэнд - менеджмент	Изучение дисциплины способствует росту профессиональной подготовленности маркетологов в области бренді-менеджмента. Данный курс включает в себя изучение следующих вопросов: современное понимание бренда; возникновение и развитие бренді-менеджмента; стратегический бренд-менеджмент; управление и развитие портфеля брендов; бренд-коммуникации; капитализация, аудит и оценка бренда; глобальный бренд-менеджмент.			

			BM 5302	Brand Management	The study of the discipline contributes to the growth of professional training of marketers in the field of brand management. This course includes the following topics: modern understanding of the brand; the emergence and development of brand management; strategic brand management; brand portfolio management and development; brand communications; brand capitalization, audit and evaluation; global brand management.			
Саудалық маркетингі ұйымдастыру Организация торгового маркетинга Organization of trademarketing	Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті: ON2, ON3, ON4 ON5, ON6, ON7, ON8 / После успешного завершения модуля обучающийся будет: ON2, ON3, ON4 ON5, ON6, ON7, ON8 / Upon successful completion of the module, the student will: ON2, ON3, ON4 ON5, ON6, ON7, ON8	КП/ ТК	KZhB 5303	Қазіргі жарнамалық бизнес	Пән аясында магистранттар жарнама кәсіпорны қызметінің тиімділігін арттыру және жарнама нарығындағы стратегиялық мақсаттарға қол жеткізу үшін заманауи басқару технологияларын үйренеді; сонымен қатар жарнама кәсіпорнының коммерциялық табысына қол жеткізу үшін бүйірлік бизнес-ойлау дағдыларын игеріп, тапсырыс берушілерді тарту және ұстап қалу технологияларын меңгереді.	5	1	O N8 O N9
		ПД /КВ	SRB 5303	Современный рекламный бизнес	В рамках дисциплины магистранты изучат современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия и достижению стратегических целей на рекламном рынке; также овладеть навыками латерального бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха рекламного предприятия и освоить технологии привлечения и удержания заказчиков			
			MAB 5303	Modern advertising business	Within the framework of the discipline, undergraduates will study modern management technologies to improve the efficiency of an advertising enterprise and achieve strategic goals in the advertising market; also master the skills of lateral business thinking to achieve commercial success of an advertising enterprise and master the technologies of attracting and retaining customers			

		КП/ ТК	ShB 5303	Шығындарды басқару	Пән шеңберінде магистранттар шығындардың экономикалық табиғатын және өзіндік құн құрылымын зерделейді; шығындарды жоспарлау (бюджеттеу) дағдыларын алады; өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау бойынша есептерді жүргізеді; қысқа мерзімді басқарушылық шешімдерді қабылдау кезінде шығындарды талдайды; инвестициялық салымдар бойынша шешімдер қабылдау кезінде шығындар мен нәтижелерді талдайды.	5	1	ON 5, ON 6
		ПД/ КВ	UZ 5303	Управление затратами	В рамках дисциплины магистранты изучат экономическую природу затрат и структуру себестоимости; получают навыки планирования (бюджетирования) затрат; вести расчеты по калькулированию себестоимости продукции; анализировать затраты при принятии краткосрочных управленческих решений; анализировать затраты и результаты при принятии решений по инвестиционным вложениям.			
			CM 5303	Cost management	Within the framework of the discipline, undergraduates will study the economic nature of costs and the cost structure; gain skills in cost planning (budgeting); conduct calculations for calculating the cost of production; analyze costs when making short-term management decisions; analyze costs and results when making decisions on investment investments.			
		КП/ ТК	BBO 5304	Баға және баға орнату	Пән шеңберінде магистранттар баға белгілеу процесінің әдіснамалық негіздерін, баға белгілеу әдістерін; баға белгілеудің маркетингтік аспектілерін; Стратегия және тактика негіздерін зерделейді. Пән баға белгілеу мәселелеріне қатысты маркетингтік проблемалар мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу; бағаны есептеудің қазіргі заманғы тәсілдері мен тәсілдерін пайдалану; баға белгілеу саласында шешімдер қабылдаудың неғұрлым ұтымды тәсілдерін таңдау қабілетін қалыптастырады.	5	1	ON 5, ON 7

		ПД/ КВ	СС 5304	Цена и ценообразование	В рамках дисциплины магистранты изучат методологические основы процесса ценообразования, методы ценообразования; маркетинговые аспекты ценообразования; основы стратегии и тактики. Дисциплина формирует способности проведения анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов ценообразования; использования современных приемов и способов расчета цен; выбора наиболее рациональных способов принятия решений в области ценообразования.			
			PP 5304	Pricis and pricing	Within the framework of the discipline, undergraduates study the methodological foundations of the pricing process, pricing methods; marketing aspects of pricing; the basics of strategy and tactics. The discipline develops the ability to analyze marketing problems and specific market situations related to pricing issues; to use modern methods and methods of calculating prices; to choose the most rational ways of making decisions in the field of pricing.			
		КП/ ТК	ВМ 5304	Бренд-маркетинг	Пән брендтерді құру және басқару дағдыларын қалыптастырады, бұл бәсекеге қабілетті және қорғауға қабілетті брендтерді дамытуға, олардың орналасуы мен имджін анықтауға, компанияның маркетингтік стратегияларын ескере отырып, олардың дамуын басқаруға көмектеседі	5	1	ON 8, ON 9
		ПД/ КВ	ВМ 5304	Бренд-маркетинг	Дисциплина формирует навыки по созданию и управлению брендами, которые помогут разрабатывать конкурентноспособные и охранный торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы			
			ВМ 5304	Brand marketing	The discipline forms the skills for creating and managing brands, which will help to develop competitive and protective brands, determine their positioning and image, and manage their development taking into account the marketing strategies of the company			
		КП/ ЖООК	ОР 5305	Өндірістік практикасы	Өндірістік практикадан өту нәтижесінде шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметін сипаттайтын экономикалық және әлеуметтік-	5	2	О N6 О

					экономикалық көрсеткіштерді есептеу үшін қажетті бастапқы деректерді жинау және талдау қабілеті қалыптасады.				N7 O N8
		ПД/ ВК	РР 5305	Производствен ная практика	В результате прохождения производственной практики формируется способность собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов				
			IP 5305	Industrial practice	As a result of the practical training, the ability to collect and analyze the initial data necessary for the calculation of economic and socio-economic indicators that characterize the activities of economic entities is formed				
Эксперименттік- зерттеу жұмысы Экспериментально-исследовательская работа Experiment alresearch work	Модульді сәтті аяқтағаннан кейін білім алушы қаблетті: ON4, ON5, ON8 / После успешного завершения модуля обучающийся будет: ON4, ON5, ON8 / Upon successful completion of the module, the student will: ON4, ON5, ON8	МЭЗ Ж	5401	Тағылымдамадан өту мен магистрлік жобаны орындауды қамтитын магистранттың эксперименттік-зерттеу жұмысы	МҒЗЖ ғылыми-зерттеу қызметінің, стандартты ғылыми міндеттерді шешу; күндізгі кәсіби қызметке қажетті білімді кеңейту және тереңдету және докторантурада білім алуды жалғастыру дағдыларын қалыптастырады.	13	2		ON 4, ON 5, ON 8
		ЭИРМ		Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерского проекта	ЭИРМ формирует навыки научно-исследовательской деятельности, решения стандартных научных задач; расширения и углубления знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в докторантуре.				
				Experimental research work of a master student, including internship and writing of Master's thesis	Research work of a master's student forms the skills of research activities, solving standard scientific problems; expanding and deepening the knowledge necessary for everyday professional activity and continuing education in the doctoral program.				
Қорытынды аттестация		МЖР Қ		Магистрлік жобаны рәсімдеу және қорғау		12	2		

Итоговая аттестация		ОиЗМ П		Оформление и защита магистерского проекта				
Final examination				Writing and defending of master's project				
						60		