

КОММЕРЦИЯЛЫҚ ЕМЕС АКЦИОНЕРЛІК ҚОҒАМЫ  
ҚАРАҒАНДЫ ТЕХНИКАЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

«КЕЛІСІЛДІ»  
ЖШС «ҚҰРЫЛЫСМЕТ»  
№3 ӨНДІРІС БАСТЫҒЫ  
\_\_\_\_\_ Б.Т.ЖОЛШОРИН  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 ж.

«БЕКІТЕМІН»  
«ҚАРТУ» КЕАҚ  
УӘКІЛЕТТІ ТҰЛҒАСЫ  
\_\_\_\_\_ М.К. ИБАТОВ  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 ж.

**МОДУЛЬДІК БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ**

**6B041 «Бизнес және басқару» даярлау бағыты бойынша**

**6B04105 «Маркетинг»**

Деңгей: Бакалавриат

Берілетін дәрежесі- «Бизнес және басқару бакалавры»

Қарағанды 2020ж.

## **6B04105 «Маркетинг»**

### **Модульдік білім беру бағдарламасының МАЗМҰНЫ**

<b>Кіріспе</b>	<b>3</b>
<b>1. Модульдік білім беру бағдарламасының мақсаты</b>	<b>4</b>
<b>2. Модульдік білім беру бағдарламасының паспорты</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Мамандықтар мен лауазымдардың тізімі</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Түлектің біліктілік мінездемесі</b>	<b>4</b>
<b>2.2.1. Кәсіби қызмет ортасы</b>	<b>4</b>
<b>2.2.2. Кәсіби қызмет нысаны</b>	<b>4</b>
<b>2.2.3. Кәсіби қызмет пәні</b>	<b>5</b>
<b>2.2.4. Кәсіби қызмет түрлері</b>	<b>5</b>
<b>2.2.5. Кәсіби қызметтің функциясы</b>	<b>6</b>
<b>2.2.6. Кәсіби қызмет бағыты</b>	<b>6</b>
<b>3. Модульдік білім беру бағдарламасының картасы</b>	<b>7</b>
<b>4. Жиынтық кесте</b>	<b>31</b>

## **Кіріспе**

6B04105 "Маркетинг" модульдік білім беру бағдарламасы келесі нормативтік құжаттар негізінде әзірленді:

Қазақстан Республикасының "Білім туралы" 27.07.2007 жылғы № 319-III ҚРЗ, 25.06.2020 жылғы № 347-VI өзгерістер мен толықтырулармен.

Тиісті үлгідегі білім беру ұйымдары қызметінің үлгілік қағидалары (Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 30.10.2018 жылғы № 595, 18.05.2020 жылғы № 207 өзгерістерімен және толықтыруларымен).

Білім берудің барлық деңгейлеріндегі мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарттарын (МЖМБС) (Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 31.10.2018 жылғы № 604 бұйрығы, 05.05.2020 ж. № 182 өзгерістері мен толықтыруларымен)

Оқытудың кредиттік технологиясы бойынша оқу процесін ұйымдастыру қағидаларын бекіту туралы (Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2011 жылғы 20 сәуірдегі №152, өзгерістер мен толықтыруларымен 12.10.2018 жылғы № 563 бұйрығы).

Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрінің 21.05.2012 жылғы № 201-ө-м бұйрығымен бекітілген Басшылардың, мамандардың және басқа да қызметшілер лауазымдарының біліктілік анықтамалығы, өзгерістер мен толықтырулар 17.04.2013 жылғы № 163-ө-м.

Модульдік білім беру бағдарламасы білім берудің мақсаттарын, міндеттері мен нәтижелерін, оқу жұмыс жоспарлары мен бағдарламаларының құрылымы мен мазмұнын, оларды іске асыру тәсілдері мен әдістерін, оқу процесін оқу-әдістемелік және ресурстық камтамасыз етуді және білім алушылардың оқу жетістіктерін бағалау өлшемшарттарын айқындайтын кешенді құжат болып табылады.

## **1 Модульдік білім беру бағдарламасының мақсаты**

Осы модульдік білім беру бағдарламасын қолдану келесі мақсаттарға қол жеткізуді қарастырады:

- тәжірибеде академиялық еркіндік және жоғары оқу орындарының мүмкіндігін кеңейту, оқу үдерісін басқарудың демократиялық принциптерін жүзеге асыру;
- қоғамның өзгеру қажеттіліктері мен ғылыми ой жетістіктеріне мамандық бойынша жоғары білім және ғылыми зерттеулер бейімдеуді қамтамасыз ету;
- мамандардың даярлық деңгейін басқа елдерде танылуын қамтамасыз ету;
- еңбек нарығының өзгеру жағдайында түлектердің үлкен ұтқырлығын қамтамасыз ету;
- экономика мен бизнестің әртүрлі салаларында маркетингтік қызметке мамандарды дайындау.

## **2 Модульдік білім беру бағдарламасының паспорты**

### **2.1 Мамандықтар мен лауазымдардың тізімі**

Бітірушіге Модульдік білім беру бағдарламасы бойынша «**Бизнес және басқару бакалавры**» дәрежесі беріледі.

Біліктілік және лауазымдар Қазақстан Республикасының Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрінің 17.04.13 жылғы № 163-ө-м 2012 жылғы өзгертулер мен толықтырулар енгізілген 21 мамырдағы №201-ө-м бұйрығымен бекітілген «Басшылар, мамандар мен басқа қызметкерлердің біліктілік анықтамалығына» сәйкес анықталады.

### **2.2 Түлектің біліктілік мінездемесі**

#### **2.2.1 Кәсіби қызмет ортасы**

Осы мамандық бойынша бітірушілер шаруашылық жүргізуші субъектілердің басқару, кәсіпкерлік, коммерциялық және ғылыми-зерттеу қызметін жүзеге асыру кезінде әртүрлі қызметтерді атқара алады. Өндірістік-өткізу және ғылыми - техникалық қызметті жүзеге асыру кезінде бакалаврлар шаруашылық жүргізуші субъектілердің маркетингтік мүмкіндіктері мен ортасын зерттейді, маркетингтік зерттеулер жүргізеді, мақсатты сегментті іріктейді, тұтынушылардың сұранысын болжайды және таңдалған сегментке арналған тауарларды жайғастырады, тауарды, бағаны, өткізу және коммуникацияларды басқару саласындағы саясатты әзірлейді.

#### **2.2.2 Кәсіби қызмет нысаны**

Бітірушілердің кәсіби қызметінің объектілері: базарлар - (тауар, қор, ақпараттық; капитал, еңбек және т. б.); шаруашылық жүргізуші субъектілердің маркетингтік мүмкіндіктері: маркетингтік зерттеулер, тұтынушылар, жеткізушілер, делдалдар, байланыс аудиториялары, бәсекелестер, өндірістік және тұтыну мақсатындағы тауарлар, қызметтер, жылжыту элементтері- (жарнама, қоғаммен байланыс, жеке байланыс, өткізуді ынталандыру); мемлекеттік мекемелер, қызмет көрсету кәсіпорындары (қонақ үйлер, қоғамдық тамақтандыру

кәсіпорындары, туристік фирмалар, экскурсиялық бюролар), өндірістік және делдалдық кәсіпорындар, халықаралық сауда палаталары, сауда үйлері, Көлік және коммуникациялар, қойма шаруашылығы, саяси білім беру, қоғамдық ұйымдар, индивидуумдар мен социумдар.

### **2.2.3 Кәсіби қызмет пәні**

Осы бейіндегі бакалаврлар нарықты сегменттеу, мақсатты сегменттерді таңдау, шаруашылық жүргізуші субъектілердің тауарларын/қызметтерін позициялау (қайта позициялау), корпоративтік және аспаптық стратегияларды әзірлеу саласында шаруашылық жүргізуші субъектілердің стратегиялық шешімдер қабылдауы үшін әр түрлі бағыттар бойынша (нарықты, тауарларды/қызметтерді, тұтынушыларды, делдалдарды, бәсекелестерді, маркетингтік ортаны және маркетинг кешенінің элементтерін зерттеу) маркетингтік зерттеулер жүргізе білуі тиіс.

### **2.2.4 Кәсіби қызмет түрлері**

**БВ04105 «Маркетинг»** білім беру бағдарламасы бойынша **«Бизнес және басқару бакалавры»** кәсіби қызметтің келесі түрлерін орындайды:

- *ұйымдастыру-басқару қызметі* принциптер мен технологияларды, маркетинг-менеджменттің ғылыми - әдіснамалық және ұйымдастыру-технологиялық базасын қолдану негізінде кез келген шаруашылық жүргізуші субъектінің маркетингтік қызметін басқарудың тиімді жүйесін құруды болжайды;

- *өндірістік-технологиялық қызмет* маркетинг бакалаврының адам ресурстарын басқару, жабдықтау, өндіріс және қаржы бөлімдерінің мамандарымен материалдық-техникалық жабдықтауды, өндірістік, инновациялық және өткізу қызметін тиімді жүзеге асыру үшін нарықта шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз ету мақсатында бірлескен жұмыс түрінде жүзеге асырылады;

- маркетинг бойынша бакалаврдың *сервистік-пайдалану қызметі* негізгі және қосымша қызметтер көрсету саласында шаруашылық жүргізуші субъектінің сервистік саясатын әзірледі; қызмет көрсету шығындарын және тиімділігін есептеуді; қызмет көрсетуді жылжытуды, қызмет сапасын қамтамасыз етуді (үнемділікті, қолжетімділікті, сенімділікті, қауіпсіздікті, эргономикалықты, эстетикалықты және т.б.) болжайды.

- *есептік-жобалық қызмет* маркетинг бөлімінің/департаментінің ұйымдық құрылымын таңдауды, маркетинг бюджетін және бизнес-жоспарды әзірледі, тауарлық ассортиментті оңтайландыру бойынша есеп айырысуды жүзеге асыруды, бөлу жүйесін, тауар қозғалысы мен жылжытуды; маркетингтік іс - шаралардың тиімділігін бағалауды, шаруашылық жүргізуші субъектінің өндірістік-өткізу қызметін жүргізу бойынша экономикалық негізделген шешімдерді әзірледі қамтиды.;

- бакалаврлардың *эксперименталды-зерттеу қызметі* ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар мен маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу арқылы инновациялық саясатты әзірледі қамтиды.

- *білім беру (педагогикалық) қызметі* жалпы білім беретін және орта кәсіптік оқу орындарында маркетинг бойынша пәндерді оқыту функцияларымен, сондай-ақ кадрлардың біліктілігін арттыру және қайта даярлау курстарымен байланысты.

### **2.2.5 Кәсіби қызмет функциясы**

- барлық бөлімшелердің қызметін ұйымдастыруды жетілдіру бойынша іс-шараларды әзірлеу, оның ішінде: жоспарлау, болжау, шығындарды басқару және материалдық-техникалық жабдықтау, логистика, өткізу;
- маркетингтік зерттеулерді және нарықты сегменттеуді жүзеге асыру;
- сервис стратегиясы мен тактикасын, маркетинг бюджетін және кәсіпорынның бизнес-жоспарын әзірлеуге қатысу;
- кәсіпорынды басқару бойынша қызметті ұйымдастыру, жоспарлау және үйлестіру және фирманың нарықтық стратегиясын қалыптастыру;
- маркетингтік талдау мен бақылауды жүзеге асыру;
- жалпы кәсіпорындардың қызметін басқару және бақылау.

### **2.2.6 Кәсіби қызметтің бағыты**

Кәсіби қызмет бағыттары:

- конъюнктураны зерттеу және нарықты болжау;
- шаруашылық субъектілерінің маркетингтік ортасын зерттеу;
- маркетингтік зерттеу жүргізу;
- шаруашылық жүргізуші субъектілердің маркетингтік қызметін жүзеге асыру;
- көтерме және бөлшек сауданы ұйымдастыру;
- коммерциялық қызметті жүргізу;
- сауда маркалары мен сауда белгілерін басқару;
- логистиканы ұйымдастыру;
- коммуникациялық саясатты жүргізу (жұртшылықпен байланысты ұйымдастыру; жарнамалық қызмет; жеке байланыстар; өткізуді ынталандыру);
- тауарлар мен қызметтерді сараптауды жүзеге асыру;
- қызметті қамтамасыз ету, басқару және жақсарту бойынша сапа жүйесін енгізу бойынша ұсыныстар әзірлеу.

### 3. Модульдік білім беру бағдарламасының картасы

Модульдың коды мен атауы	Пәннің коды мен атауы	Цикл/компонент	Тексеріс формасы/бақылау формасы	Семестр	ECTS кредит-тер көлемі	Модуль бойынша (оқыту нәтижесі) қалыптасатын құзыреттері
<b>ЖБП – Жалпы білім беретін пәндер</b>						
<b>МК – Міндетті компонент</b>						
ZhBP 01 Жалпы білім беретін пәндер 1 модулі	KKZT 1101 Қазақстанның қазіргі заман тарихы	ЖБП/МК	Мемлекетік емтихан	2	5	<p><b>Білу:</b> Қазақстанның қазіргі заман тарихының негізгі тарихи кезеңдері туралы шынайы, толық білім беру; мемлекеттіліктің қалыптасуы мен дамуы, тарихи-мәдени үдерістердің үздіксіздігі мен сабақтастығына білім алушылардың назарын аудару;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> тәуелсіз Қазақстан мемлекетінің қалыптасу кезеңдері мен тарихи сабақтастығы жөніндегі білімін көрсету; дамудың қазіргі қазақстандық үлгісінің ерекшеліктері мен маңыздылығын дәлелдеу; мәдениетаралық сұхбаттың тәжірибелік әлеуетін анықтау және Қазақстанның рухани мұрасына ұқыпты қарау;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> ғылыми дүниетаным мен азаматтық ұстанымды қалыптастыратын Қазақстанның қазіргі заман тарихы білімін жүйелеу;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> өткен тарихи оқиғалар мен көріністерді адамзаттың әлемдік-тарихи дамуымен байланыста көрсетуге дағдылау арқылы ретроспективті, салыстырмалы-тарихи және басқа да ғылыми зерттеу әдістері негізінде сыни талдау.</p>
	Fil 2102 Философия	ЖБП/МК	Емтихан	4	5	<p><b>Білу:</b> философияның пәні, қызметі, негізгі бөлімдері мен бағыттары, қазіргі Отандық және әлемдік философияның өзекті мәселелерін;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> әр түрлі әлеуметтік үрдістерді, фактілер мен құбылыстарды бағалау және талдау үшін философия ережелері мен санаттарын қолдануды;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> философияның категориялы – түсініктік құрылымында арнайы философиялық терминологиямен қолдана білуге;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> алған білімін әр түрлі өмірлік жағдайларда және қоғамдық құбылыстардың анализін жасауда қолдану;</p>
	ShT 1103 Шетел тілі	ЖБП/МК	Емтихан	1,2	10	<p><b>Білу:</b> шетел тілін меңгеру деңгейінің Жалпыеуропалық шкаласына сәйкес тілдік дағдыларды іске асыруға арналған берілген көлемнің шеңберінде жалпы және кәсіби деңгейдегі шетел тілінің лексикалық және грамматикалық минимумын;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> өз білімін, дағдыларын және практикалық тәжірибесін кәсіби деңгейде жүзеге асыру және өзге мәдениет өкілімен тұлғааралық қарым- қатынаста болуды іске асыру;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> шетел тілін деңгейлі меңгерудің Жалпыеуропалық үрдісіне сәйкес аталмыш деңгейде шетел тілін ауызша және жазбаша меңгеру (Common European Framework of References for Languages);</p> <p><b>Білікті болуы:</b> коммуникативті жағдайларда шет тілін қолдану барысында басқа мәдениеттің өкілдерімен қарым-қатынаста сөйлеудің тиісті үлгілері мен сөйлеу әрекетінің үлгілерін қолдану;</p>

	К(О)Т 1104 Қазақ (орыс) тілі	ЖБП/МК	Емтихан	1,2	10	<p><b>Білу:</b> әдеби тіл нормаларын; анықтама: мәтін, негізгі идея, тақырып және мәтіндегі абзац; сөйлеу функционалды стильдері, олардың белгілері мен оларды қолдану ережелерін; ауызша және жазбаша іскерлік қарым-қатынас ерекшеліктерін; көпшілік алдында сөйлеуге арналған құрамы мен тілдік талаптарын; ақпараттық және білім беру мәтіндеріне негізделген лексика-грамматикалық бірліктер туралы; іскерлік және ғылыми стильдердің жазбаша және ауызша түрлерінің ерекшеліктерін ажырата білу; қазақ тілінің функционалды стильдері, оларды қолдану аясы, стильдің негізгі ерекшеліктері мен тілдік ерекшеліктері туралы; ауызша көпшілік алдында сөйлеудің ерекшеліктері туралы; тарих, әдебиет, әдет-ғұрып, салт-дәстүр, ғылым, өнер, қазақ халқының ақын-жазушылары туралы; сөйлеудің негізгі тақырыптық-композициялық түрлері туралы - монолог-сипаттама, монолог-пайымдау, монолог-презентация, монолог-талдау, диалог-әңгіме; тұрмыстық, әлеуметтік-мәдени, кәсіби қарым-қатынастың әр түрлі жағдайларында тілді меңгеру дағдыларын қалыптастыру және жетілдіру; қарым-қатынастың коммуникативтік мақсаты мен кәсіби саласына сәйкес ауызша және жазбаша сөйлеуді елестету дағдыларын қалыптастыру;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> мәтіннің құрылымдық-семантикалық ұйымдастырылуын талдауды; мәтінді ұйымдастырудың тілдік құралдарын анықтауды; әр түрлі стильдегі мәтіндердің құрылымдық-семантикалық ерекшеліктерін анықтауды; тапсырмалар мен жаттығулар жүйесін орындауға негізделген әр түрлі стильдегі және жанрдағы мәтіндермен жұмысты; лексиканың жеткілікті көлемін, грамматикалық білім жүйесін, интенцияларды білдірудің прагматикалық құралдарын білу негізінде қарым-қатынас пен танымның белгілі бір міндеттерін шешу үшін тілдік және сөйлеу құралдарын дұрыс таңдау мен пайдалануды жүзеге асыру; мәтіндердің фактологиялық мазмұнын беру, олардың тұжырымдамалық ақпаратын қалыптастыру, барлық мәтіннің және оның жеке құрылымдық элементтерінің қорытынды білімін (прагматикалық фокус) сипаттау; мәтін ақпаратын интерпретациялау, сертификаттық талаптар көлемінде қарым-қатынастың әлеуметтік-мәдени, қоғамдық-саяси, ресми-іскерлік және кәсіби салалары мәтіндерінің стильдік және жанрлық ерекшелігін түсіндіру;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> өз пікірін айту; монологтық сипаттама құрастыруды, әңгіме, дауды ұйымдастыруды үйрену; кәсіби лексиканы қолдана отырып сөйлеу қабілетін дамыту, жалпы сөйлеу қабілеті мен дағдысын қалыптастыру; қарым-қатынас жағдайына сәйкес ақпаратты сұрату және хабарлау, қатысушылардың іс-әрекеттері мен іс-әрекеттерін бағалау, ақпаратты тану және қарым-қатынас жағдайларында сертификаттық талаптарға сәйкес әңгімелесушіге әсер ету құралы ретінде пайдалану; тіл, мәдениет нормаларына, қарым-қатынас саласының ерекшелігіне, сертификаттық талаптарға сәйкес жеке, әлеуметтік және кәсіби қарым-қатынас жағдайларында тілдік мінез-құлық бағдарламаларын құру;</p> <p><b>Білікті болу:</b> сөйлеу әрекетінің барлық түрлерін, ауызша және жазбаша сөйлеу негіздерін білуге; коммуникативті мәлімдемелердің әртүрлі түрлерін түсінеді, сонымен қатар әр түрлі функционалды стильдердің тұтас және логикалық тұжырымдарын қалыптастырады; пікірталастарда этикалық, мәдени, әлеуметтік-маңызды мәселелерді талқылау, өз</p>
--	------------------------------------	--------	---------	-----	----	---



						көзқарасын білдіру, оны дәлелді қорғау, әңгімелесушілердің пікірін сыни бағалау; өз ниеттері мен қажеттіліктерін (тұрмыстық, оқу, әлеуметтік, мәдени) іске асыру мақсатында әр түрлі қарым-қатынас салаларындағы коммуникацияларға қатысу, олар туралы этикалық тұрғыдан дұрыс, мазмұнды толық, лексика-грамматикалық және прагматикалық барабар жағдайларды мәлімдей отырып; белгіленген сертификаттық деңгейдің лексика-грамматикалық және прагматикалық материалының қойылған мақсатына сәйкес пайдалана отырып, жалпы қабылданған нормаларға, функционалдық бағыттылығына сәйкес тұрмыстық, әлеуметтік-мәдени, ресми-іскерлік мәтіндерді құрастыру.
АКТ 1105 Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	ЖБП/МК	Емтихан	2	5	<p><b>Білу:</b> ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуына қандай экономикалық және саяси факторлар ықпал еткендігін; түрлі операциялық жүйелердің ерекшеліктерін; супер компьютерлердің архитектурасын білуге, олардың өнімдік керсеткіштерін есептеуге және бағалауды;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласындағы негізгі тенденцияларды анықтауды; ақпаратты іздеу және сақтау үшін ақпараттық ресурстарды пайдалануды; электрондық кестелермен жұмыс істеуді, деректердің бірігуін орындауды, графиктерді салуды; деректер қорларымен жұмыс істеуді; ақпаратты қорғау әдістері мен құралдарын қолдануды; қарапайым веб-сайттарды жобалау және жасау; векторлық және растрлық бейнелерді өңдеу; мультимедиялық презентацияларды құру;</p> <p><b>Дәлдісі болуы:</b> түрлі әлеуметтік платформаларды қарым-қатынас үшін пайдалану; кәсіби білімдерін кеңейту үшін электрондық оқытудың әр түрлі нысандарын пайдалануға; әр түрлі бұлтты қызметтерді пайдалануға;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> қазіргі заманғы ақпараттық-коммуникациялық технологияларды әр түрлі салалардағы кәсіби қызметте, ғылыми және тәжірибелік жұмыс үшін, өзідігінен білім алу және басқа да мақсаттарда пайдалануда.</p>	
ASB (ASMP) 2106 Әлеуметтік-саясаттану білім модулі (әлеуметтану, саясаттану, мәдениеттану, психология)	ЖБП/МК	Емтихан	3,4	8	<p><b>Білу:</b> әлеуметтік қозғалыстардың пайда болуы мен дамуының типологиясы мен негізгі шарттары, әлеуметтік даму факторлары, әлеуметтік өзара іс-қимыл түрлері, әлеуметтік стратификация және әлеуметтік мобильділік теориясы, тұлғаның рөлдік теориясы. Саясаттың мәні, мүмкіндіктері, шекарасы және болашағы, саяси биліктің жүйесі мен функциялары, саяси режимдер мен институттар, мемлекеттік құрылым, оның генезисі және қоғам өміріндегі рөлі, әлемдегі саяси процестер және олардың Қазақстан Республикасындағы саяси процестермен байланысы, қазіргі заманның негізгі жаһандық сын-қатерлері. Ғаламдық мәдени-тарихи үрдістің мазмұны, оның кезеңдері мен негізгі тұжырымдамалық тәсілдері. Психологиялық ғылымның негізгі категориялары мен ұғымдары; психиканың негізгі функциялары; тұлға психологиясының негіздері; адамның психикалық даму заңдылықтары;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> қоғамда өтіп жатқан әлеуметтік құбылыстарға талдау жасау және баға беру. Саясатты заманауи қоғамды құру жөніндегі адам қызметінің бір түрі ретінде қарастыру, мемлекеттік құрылымдармен өзара іс-қимыл жасау, өз мүдделерін қалыптастыру және оларды азаматтық қоғам құрылымдары арқылы білдіру, саяси білімді кәсіби мәселелерді шешуге қолдану, көшбасшылық қасиеттерді тәрбиелеу, өзінің азаматтық және кәсіби борышын лайықты орындауға ұмтылу. Кәсіби қызметте жалпы</p>	

						<p>мәдени және адамгершілік-этикалық мұраны қолдану. Адам өмірінде мәдениет орнын бағалау. Адамдардың жеке-психологиялық және тұлғалық ерекшеліктерін, олардың танымдық және кәсіби қызметінің стильдерін диагностикалау; ғылыми-зерттеу және практикалық тапсырмаларды шешу үшін психологиялық білімді қолдану;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> нақты әлеуметтік зерттеуді дайындау және ұйымдастыру. Қазіргі заманғы саяси процестердің даму перспективаларын бағалай білу; қажетті ақпаратты іздеу мен талдауды жүзеге асыру, оның маңыздылығын бағалау, шешімдер қабылдау процесінде пайдалану. Негізгі жалпы гуманитарлық категориялармен, әлеуметтік-мәдени үдерістерді талдау әдісімен, мәдени құндылықтарға ұқыпты қарау және әлеуметтік-мәдени ашықтыққа дағдыландыру. Психологиялық білімнің негізгі категорияларына сүйену; психикалық процестердің қалыптасу деңгейін бағалау;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> әлеуметтанудың негізгі ұғымдары мен теорияларын, әлеуметтік зерттеулердің әдіснамасы мен әдістемесін білу. Қазіргі заманғы саяси институттар туралы, олардың құрылымы мен жұмыс істеуі туралы, азаматтардың құқықтары, бостандықтары мен міндеттері туралы, саяси өмірге қатысудың тәсілдері мен нысандары туралы, қазіргі әлемдегі саяси жағдай туралы. Пәнді меңгеру жалпы мәдени құзыреттілікті қалыптастыруға бағытталған: қоғамда қабылданған моральдық және құқықтық нормаларды ескере отырып, қоғамдық өмірдің түрлі салаларында өз қызметін жүзеге асыруға қабілеттілігі мен даярлығы; өнердің рөлін түсіну қабілеті мен дайындығы, эстетикалық даму мен өзін-өзі жетілдіруге ұмтылу, тарихи мұра мен мәдени дәстүрлерге құрметпен қарау, Әлеуметтік және мәдени айырмашылықтарды толерантты қабылдау, Мәдениеттер мен өркениеттердің өзара әрекеттеріндегі алуан түрлілігін түсіну. Психологиялық институттардың қоғамдағы рөлі контекстінде ерекшеліктерін талдау саласында; жанжалдардың алдын алу технологиялары;</p>
	DSh 2107 Дене шынықтыру	ЖБП/МК	Емтихан	1,2,3,4	8	<p><b>Білу:</b> адам дамуындағы және маман даярлаудағы дене шынықтырудың рөлін; дене шынықтыру және спорт саласындағы Қазақстан Республикасының мемлекеттік саясатының негіздерін.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> денсаулықты сақтау мен нығайтуды қамтамасыз ететін практикалық дағдыларды өмірде қолдануда; физикалық жаттығулар мен спортты қауіпсіз жүргізу ережелерін қолдануда.</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> денсаулық сақтау дағдылары болуы керек; таңдалған спорт түрінің техникасы мен тактикасына ие болу; жарыстар мен төрешілерді ұйымдастыруға көмектесу.</p> <p><b>Білікті болуы:</b> кәсіби және дене шынықтыру дағдыларын еңбек және өмірлік жағдаяттарда өз бетінше пайдалану алуда; жарыстық қызметтің әртүрлі түрлеріне қатысу дағдыларын қалыптастыруда; салауатты өмір салтын, белсенді демалыс пен бос уақытты ұйымдастыру үшін дене шынықтыру қызметінің әртүрлі формалары мен түрлерін қолдану бойынша.</p>
<b>ЖООК – Жоғары оқу орны компоненті</b>						
ZhBP 02 Жалпы білім беретін пәндер 2 модулі	KNESZhKMN 3108 Құқық негіздері,	ЖБП/ ЖООК	Емтихан	6	5	<p><b>Білу:</b> мемлекет және құқықтың шығу тарихын, құқықтың негізгі салаларын, Қазақстан Республикасының Конституциясын және Қазақстанның қолданыстағы заңдары туралы жалпы мағлұматтарының болуы және олардың қоғамдық қатынастардағы орны мен қызметін білу, мемлекеттік басқару органдарының жүйесін және олардың өкілеттілік аясын; матери-</p>

	Экология, Сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері модулі					<p>алдық және іс жүргізу құқықтарының қарым-қатынас механизмін. Табиғат пен қоғамның өзара іс-қимылының негізгі заңдылықтары; экожүйелердің қызмет ету негіздері және биосфераның дамуы; қоршаған орта мен адам денсаулығына өндірістің зиянды және қауіпті факторларының әсері; тұрақты даму тұжырымдамасы, стратегиясы және оларды жаһандық, өңірлік және жергілікті деңгейлерде шешудің практикалық тәсілдері; қоршаған ортаны қорғау жөніндегі заңнама негіздері; қауіпсіз өндірістік процестерді ұйымдастыру принциптерін. Жемқорлықтың мәні және пайда болу себептерін; жемқорлықтың құқық бұзушылық үшін құқықтық-адамгершілік және құқықтық-жауапкершілік шарасын; жемқорлыққа қарсы әрекет саласындағы қазіргі заңнаманы;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> құқықтық жағдаяттардан шығудың жолдарын, нормативті құқықтық актілерді оқып – үйреніп, талқылай алуды; килы жағдайларда құқық нормаларын қолданып шеше білуге, тәжірибеде заңнамалық нормаларды қолдануға дағылану; Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңын игере білу; адам және азаматтардың құқықтық мәртебесінің конституциялық принциптерін, адам және азамат құқықтары мен бостандықтарының түрлерін, қорғалу жолдарын, қарама – қайшылықтар мен кемшіліктерді байқап, салыстырмалы түрде қорытынды тұжырымдар жасай алуды. Қоршаған ортаның экологиялық жай-күйін бағалауды; өндірістің қоршаған ортаға техногендік әсерін бағалауды жүргізуді; табиғи ресурстарды пайдаланумен байланысты экологиялық-экономикалық жүйелердің даму үрдістерін сыни пайымдауды және олардың экологиялық салдарларын сипаттауды. Моральдық құндылықтарды күнделікті өмірде санаға сіңдіруді жүзеге асыруды; адамгершілік және құқықтық мәдениеттің дәрежесін көтеруге еңбек етуді; рухани-адамгершілік тетіктерін жемқорлықтың алдын-алу негізінде қолдануды;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> Нормативтік құқықтық актілерді берілген әр түрлі құқық салаларына байланысты дұрыс қолдануға дағдылану; әр түрлі құқық салалары бойынша оқиғалық есептерді шешу кезінде аналитикалық ой тұжырымдарды қолдана білуге дағдылану; тәжірибеде заңнамалық нормаларды қолдануға машықтану. Экологиялық-экономикалық жүйелердің тұрақты дамуының оңтайлы жағдайларын анықтау; табиғатты қорғау міндеттері мен табиғатты ұтымды пайдаланудың оңтайлы жолдарын табу; қоршаған орта мониторингінің стандартты әдістемелерін меңгеру. Қызығушылық шиелініс жағдайындағы әрекеттер жасауға машықтану;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> нормативтік құқықтық актілерді берілген әр түрлі құқық салаларына байланысты дұрыс қолдануға дағдылануда; қазіргі қоғамдық өмірде құқықтың маңызы мен ролін түсінуде құзыретті болу. Қоршаған ортаға әсер ету тұрғысынан өндірістік процесті жалпы бағалауда; экологиялық технологиялар мен өндірістік процестер үшін жабдықтарды таңдауда құзыретті болу. Сыбайлас жемқорлықтың пайда болу және шығу себептері, сыбайлас жемқорлықтың мәні мен факторлары және оның әр түрлі көріністері мәселелерінде құзыретті болу;</p>
<b>БП- Базалық пәндер</b>						
<b>ЖООК – Жоғары оқу орны компоненті</b>						
	ЕТ 1201 Экономикалық	БазП/ЖООК	Емтихан	1	8	<b>Білу:</b> экономикалық үдерістердің даму заңдылықтарын; экономикалық ойдың ұзақ эволюциясы кезінде құрылған негізгі тұжырымдамаларды; нарықтық механизмнің жұмыс істеу

IE 03 Іргелі экономика модулі	теория					<p>принциптерін, өзін-өзі реттеу және экономикаға мемлекеттік әсер ету принциптерін.</p> <p><b>Ептілігі болу:</b> экономикалық құбылыстар мен процестердің пайда болу формалары мен мәні туралы білімді жүйелендіруде; экономикалық құбылыстар мен заңдылықтарды ғылыми таным әдістерін тәжірибеде қолдануда; экономикалық жүйедегі және өтпелі экономиканың заңдылықтарындағы меншік қарым-қатынасының орнын түсіну және анықтауда.</p> <p><b>Дағдысы болу:</b> ұлттық және әлемдік экономиканың әлеуметтік-экономикалық дамуының жағдайы мен үрдістерін талдау және бағалауда; экономикалық проблемаларды шешуде пәнаралық көзқараста; бүкіл өмір бойы біліктілігін арттыру үшін білімді меңгеруде.</p> <p><b>Білікті болу:</b> шаруашылық реттеу саласындағы заңдар мен басқа да нормативтік актілерді пайдалануда, экономикалық жағдайларға талдау жүргізуде, ұлттық экономиканы мемлекеттік реттеу мәселелерінде.</p>
	Мік 2202 Микроэкономика	БазП/ЖООК	Емтихан	4	5	<p><b>Білу:</b> микроэкономиканың негізгі және негізгі ұғымдары мен категориялары, экономикалық ресурстарын; өндіріс факторлары; шекті шама түсінігін, графиктік модельдерді құру механизмін; экономикалық заңдардың әрекет ету механизмі және көрініс табуын.</p> <p><b>Ептілігі болу:</b> микроэкономика категорияларын пайдалана отырып, экономикалық агенттердің өзара қарым-қатынасын сипаттауда; нарықтық құрылымдар типтері тұрғысынан нарықтық агенттердің мінез-құлқын талдауда; әр түрлі нарықтық құрылымдардағы нарықтық агенттердің мінез-құлқын ажырату және салыстыруда.</p> <p><b>Дағдысы болу:</b> экономикалық талдау үшін математикалық есептерді шығаруда; нарық ойыншысы ретінде нарықтағы тиімді мінез-құлықты жасауда; экономикалық есептерді графикалық, кестелік және аналитикалық тәсілдермен шешуде.</p> <p><b>Білікті болу:</b> ең жоғары экономикалық әсерге жету үшін микроэкономикалық талдау әдістерін қолдану кезінде.</p>
	Мак 2203 Макроэкономика	БазП/ЖООК	Емтихан	3	5	<p><b>Білу:</b> макроэкономиканың қазіргі заманғы мектептері және экономикалық саясат бағыттары; макроэкономикалық саясаттың макроэко-номикалық мақсаттары мен құралдары, соның ішінде фискалдық саясаттың, ақша-кредит саясатының, кірістерді реттеу саясатының, сыртқы экономикалық саясаттың мәні мен мазмұнын; басқа мемлекеттермен салыстырғандағы ҚР негізгі макроэкономикалық көрсеткіштері, проблемаларын, мақсаттары мен саясатын.</p> <p><b>Ептілігі болу:</b> статистикалық ақпарат немесе мерзімді басылымдардың экономикалық деректері негізінде ҚР-дағы немесе басқа мемлекеттегі немесе мемлекеттер тобындағы макроэкономикалық ахуалға талдау жасауда; ұлттық Шаруашылық субъектілерінің (жеке адамның, фирманың, аймақ әкімшілігінің және мемлекет-тің) мінез-құлық қағидаттарын, яғни экономикалық саясатын әзірлеу және түзетуде.</p> <p><b>Дағдысы болу:</b> экономикалық оқиғаларды болжау бойынша.</p> <p><b>Білікті болу:</b> елдегі нақты макроэкономикалық жағдайды бағалауда және экономикалық оқиғаларды болжауда.</p>
	ОР 1204 Оқу практикасы	БазП/ЖООК	Емтихан Есеп	2	5	<p><b>Білу:</b> болашақ кәсіптің міндеттері мен функцияларын, экономикалық субъект қызметінің бағыттарын, кәсіпорында және оның негізгі бөлімшелерінде экономикалық жұмысты ұйымдастыруды; кәсіпорындарда құжаттау және операцияларды өңдеу тәртібін.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорында өзіндік практикалық қызметке бейімделу, оқу практикасы</p>

						<p>бойынша есеп жазу үшін материалдарды іріктеу және жүйелеуде; бақылау-талдау жұмысын жүзеге асыруда, шаруашылық жүргізуші субъектінің қызметін сүйемелдейтін әртүрлі есептерді орындау, практикадан өту туралы есеп жазу үшін қажетті материалдарды таңдау, жинақтауда, талдау және жүйелеуде.</p> <p><b>Дағдысы болу:</b> негізгі экономикалық көрсеткіштермен және техникалық процестермен жұмыс істеуде.</p> <p><b>Білікті болу:</b> өндірістік кәсіпорындар мен қаржы мекемелерінің экономикалық қызметін ұйымдастыру, статистикалық деректерді іздеу және өңдеу мәселелерінде.</p>
КВ 04 Кәсіби- бағытталған модуль	ЕМ 1205 Экономикадағы математика	БазП/ЖООК	Емтихан	1	5	<p><b>Білу:</b> негізгі математикалық анықтамалар мен ұғымдарды; математикалық ұғымдарды және олардың арасындағы тәуелділікті және олардың айырмашылықтарын түсінуді; экономика саласындағы әртүрлі есептерді шешудің математикалық әдістерін.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> экономикалық үрдістерді талдаудың математикалық әдістерін қолдануда; экономикалық үрдістің оңтайлы параметрлерін есептеу үшін математикалық аппаратты қолдануда.</p> <p><b>Дағдысы болу:</b> жағдайдың математикалық моделін құруда, оны талдау және қайта құруда, алынған нәтижелерді түсіндіруде; экономика саласындағы өндірістік есептерді шешуде теориялық және қолданбалы зерттеу әдістерін қолдануда.</p> <p><b>Білікті болу:</b> кәсіби қызметте негізгі математикалық заңдарды қолдануда; математика курсының әртүрлі бөлімдерінен білімді интеграциялауда; ақпаратты жинақтау және талдауда, практикалық есептердің математикалық үлгілерін қою, оларды шешу жолдарын таңдауда.</p>
	КЕ 3206 Кәсіпорын экономикасы	БазП/ЖООК	Емтихан	5	5	<p><b>Білу:</b> ұйымның экономикалық жүйесін құрудың негізгі принциптерін; негізгі және айналымдық құралдарды басқарудың принциптері мен әдістерін; оларды пайдалану тиімділігін бағалау әдістерін; ұйымның материалдық, еңбек және қаржы ресурстарының құрамын, оларды тиімді пайдалану көрсеткіштерін; ресурстарды үнемдеу тәсілдерін; ұйым қызметінің негізгі техникалық-экономикалық көрсеткіштерін және оларды есептеу әдістемесін.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> қажетті экономикалық ақпаратты табу және пайдалану; ұйымның материалдық, еңбек және қаржы ресурстарының құрамын анықтау; Ұйымның экономикалық қызметі бойынша бастапқы құжаттарды толтыру; қабылданған әдістеме бойынша ұйым қызметінің негізгі техникалық-экономикалық көрсеткіштерін есептеу;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> кәсіпорынның шаруашылық қызметінің көрсеткіштеріне олардың әсерін есептеу және факторларды анықтау; кәсіпорынның ресурстарын пайдалану тиімділігін бағалау; өндірістің тиімділігін арттыру резервтерін анықтау;</p> <p><b>Білікті болу:</b> операциялық (өндірістік) қызметті ұйымдастыруда, экономикалық есептерді қолдануда және қазіргі шаруашылық жағдайда кәсіпорындардың операциялық (өндірістік) қызметін басқаруда стратегиялық, тактикалық және жедел шешімдер қабылдауда.</p>
	КВК(О)/ShT 3207 Кәсіби бағытталған	БазП/ЖООК	Емтихан	5	5	<p><b>Білу:</b> қазақ (орыс) тілінде кәсіби қызметтің негізгі терминдері мен ұғымдарын, іскерлік, кәсіби қарым-қатынас этикасының ережелерін; кәсіби, ғылыми, қоғамдық-саяси қарым-қатынас аясындағы ауызша және жазбаша сөйлеудің ерекшеліктерін; кәсіби-келісілген жағдайлар аясында шет тілінде мәтінді құру мен ұйымдастырудың ұлттық-мәдени</p>

	казак (орыс) /шет тілі					<p>ерекшеліктерін; кәсіби қарым-қатынас саласында шет тілінің сөздік құрамының стилистикалық ерекшеліктерін; кәсіби қарым-қатынас саласында шетел тілінің сөздік құрамының стилистикалық ерекшеліктерін.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> мамандыққа байланысты ғылыми-техникалық терминологиямен жұмыс істеу, өз мамандығына қатысты құжаттарды құрастыру және рәсімдеу; мамандыққа байланысты тақырыптар бойынша негізгі терминдер мен ұғымдарды пайдалана отырып эссе, баяндамалар, хабарламалар құрастыру; кәсіби қызметті лингвистикалық, әлеуметтік-лингвистикалық, ақпараттық-аналитикалық және коммуникативтік аспектілерде жүзеге асыру; кәсіби және ғылыми қоғамдық-саяси қарым-қатынас саласында өзінің вербалды және вербалды емес мінез-құлқын қалыптастыру.; әлеуметтік факторларға, қарым-қатынас жағдайларына, әңгімелесушінің мәртебесіне және оның коммуникативтік ниеттеріне барабар әр түрлі тілдік және тілдік құралдарды қолдану; қарым-қатынас міндеттеріне, сөйлеу жағдайына, басқа мәдениеттің өкілі ретіндегі әріптестің жеке ерекшеліктеріне және қарым-қатынастың өту сипатына сәйкес сөйлеу қызметін ұйымдастыру;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> коммуникативтік ұстанымына және мәтіннің сипатына байланысты әр түрлі оқу түрлерін қолдану; кәсіби деңгейде лингвомәдени, әлеуметтік-мәдени, когнитивті, коммуникативтік ортада лингвистикалық, тілдік әлеуметтік, дискурсивті, стратегиялық және әлеуметтік-мәдени субъективті біліктілік негізінде қарым-қатынас жасау.; (Common European Framework of References for Languages) жалпыеуропалық құзыреттілік стандарттары шеңберінде дескрипторларда көрсетілген қол жеткен деңгейге сәйкес кәсіби қарым-қатынастың ауызша және жазбаша шетел тілінде сөйлеуі.</p> <p><b>Білікті болу:</b> екінші ғылыми мәтіндерді: аннотациялар, тезистер, түйіндемелер, рефераттар, баяндамалар; кәсіби қызметтің негізі ретінде ғылыми-техникалық ақпаратты өз бетінше іздеуде; мамандық шеңберінде белгілі бір тақырып бойынша кәсіби сипаттағы ақпаратпен алмасу кезінде; кәсіби қарым-қатынастың коммуникативтік жағдайларында шет тілін қолдануда, басқа мәдениет өкілдерімен өзара іс-қимылда сөйлеу тәртібінің тиісті сөйлеу үлгілері мен тактикасын қолдану қажеттілігін түсінуде.</p>
BP 05 Басқару пәндері модулі	Mar 2208 Маркетинг	БазП/ЖООК	Емтихан	3	5	<p><b>Білу :</b> маркетингтің теориялық негіздері мен концепциясын; маркетингтік орта және оның құрауыштарын; маркетингтік ақпарат және маркетингтік зерттеулер жүйесін; нарықтардағы тұтынушылық мінез-құлық теориясының негіздерін; нарықты сегменттеудің және тауарды позициялаудың әдістемелік негіздерін; маркетинг жүйесіндегі тауар саясатын; баға белгілеуді және баға стратегиясын; тарату және тауар қозғалысы жүйесін; тауарлар мен қызметтерді жылжыту;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> нақты экономикалық жағдайда мәселелерді талдау және шешу үшін маркетингтік қызметтің негізгі ұғымдарын, принциптерін қолдануды; тауарды, қызметті позициялау және әр түрлі принциптер бойынша нарықты сегменттеуді жүргізуді.;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> нақты тауарға немесе қызметке қатысты маркетинг кешенін әзірлеу бойынша;</p> <p><b>Білікті болу:</b> маркетинг саласындағы ғылымның қазіргі жетістіктерімен байланысты мәселелерде; маркетинг тұжырымдамаларының эволюциясымен; кәсіпорынның маркетингтік бағдарының кәсіпорынның өндірістік-өткізу саясатынан айырмашылығы</p>

	MHR 1209 Менеджмент және HR	БазП/ЖООК	ТТ Емтихан	1 2	8	<p><b>Білу:</b> менеджменттің мәнін; менеджменттің мақсаттарын, міндеттерін, концепцияларын, сатысын; басқарудың қазіргі заманғы тәсілдерін; басқару процесінің принциптерін, әдістерін және функцияларын; менеджмент түрлерін; персонал менеджменті; персоналды басқару процесінің принциптерін, әдістерін және функцияларын; кәсіпорында кадрлық қызметтің құрылуын анықтайтын факторларды; фирмалардың жіктелуін; фирмалардың ішкі және сыртқы ортасының факторларын; фирмалардың әлеуметтік жауапкершілігі мен этикасының элементтерін; коммуникациялық үрдістің құрауыштарын; басқарушылық шешімдерді қабылдау негіздерін; басқарушылық шешімдерді қабылдау процесіне әсер ететін факторларды; шешім қабылдаудың модельдері мен әдістері;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> нкәсіпорынды басқарудың қазіргі жүйесіне талдау жүргізу және баға беру; фирма қызметкерлерінің мансабын жоспарлау; олардың кәсіби және әкімшілік өсуі; тиімді қызметті уәждеу жүйесін әзірлеу; олардың біліктілігін арттыру; басқару аппараты қызметкерлерінің оңтайлы санын анықтау; негізді және құзыретті басқару шешімдерін уақытында қабылдау; кәсіпқойлықты уақытында көрсету, нарықтардағы жағдайды меңгеру, бастамашылық көрсету және фирманың ресурстарын қызметтің неғұрлым тиімді салаларына белсенді түрде қайта бөлу; адамдарды басқару;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> кәсіпорынды басқарудың тиімді құрылымын әзірлеу; персоналды басқару саласында отандық және шетелдік тәжірибені жинақтауды пайдалану; кәсіпорындарда персоналды басқаруды қайта құру; кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалау.;</p> <p><b>Білікті болу:</b> басқару функцияларын орындау үшін қажетті ақпаратты іздеу және талдау саласында, нақты ұйымда басқару міндеттерін шешуді табу; қазіргі жағдайда басқарудың, экономика мен бизнестің қазіргі заманғы теориялық және практикалық мәселелерінде.</p>
	OP1 2210 Өндірістік практика 1	БазП/ЖООК	Емтихан Есеп	4	5	<p><b>Білу:</b> ұйымның ситуациялық талдауын жүргізудің тәртібі мен сызбасын; ұйымның қаржы-экономикалық қызметіне талдау жүргізудің тәртібі мен схемасын; кәсіпорынның маркетинг бөлімінің ұйымдастырушылық-басқарушылық талдау схемасын; ұйымның негізгі ұйымдастырушылық-өкімдік, әдістемелік, нормативтік-техникалық, анықтамалық құжаттамасын және онымен жұмыс істеу принциптерін; ұйымның негізгі бизнес-процестерін талдау және формализациялау негіздерін; тиімді басқарушылық шешімдерді әзірлеу тәртібін; экономикалық құбылыстар мен процестерді талдау және болжау әдістемесін;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> жаңа нарықтық мүмкіндіктерді табу және бағалау және бизнес-идеяны қалыптастыру; кәсіпорын қызметінің ішкі және сыртқы ортасын талдау; маркетингтік зерттеулердің әртүрлі заманауи әдістері мен құралдарын қолдану; ұйымдастырушылық міндеттерді шешу; нормативтік құжаттармен жұмыс істеу,реттеуші ұйымдардың қызметі және басқа да ақпараттық көздермен;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> тәуекелдік жағдайларды бағалау және тәуекелге қарсы іс-шараларды жүргізудің уақтылы бағдарламаларын қалыптастыру; кәсіпорын қызметіне маркетингтік зерттеулер жүргізу; құжаттаманың әртүрлі түрлерін дайындау, жасау және бақылау; өткізу жүйесінде "тар жерлерді" бөлу дағдылары;</p> <p><b>Білікті болу:</b> белгілі бір кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалауда.</p>

<b>ТК – Таңдау компоненті</b>						
TS 06 Талдау және сараптама модулі	TKS 2211 Тауарлар мен қызметтер сараптамасы	БазП/ТК	ТТ	3	5	<p><b>TKS 2211 «Тауарлар мен қызметтер сараптамасы»</b>  <i><b>Білу:</b></i> тұтыну тауарларының, өндіріс құралдары мен қызметтердің техникалық, пайдалану, экономикалық, эстетикалық және басқа параметрлерін анықтау әдістері; тауарлар мен қызметтерді сараптаудың категориялық-ұғымдық аппараты; тауарлар мен қызметтерді сараптау саласындағы нормативтік актілер мен техникалық регламенттер;  <i><b>Ептілігі болуы:</b></i> кәсіби қызметте тауарлар мен қызметтерді сараптау әдістерін қолдану; тауарлар мен қызметтердің тұтынушылық қасиеттері мен сипаттамаларын жан-жақты талдау негізінде шешім қабылдау; тауарлар мен қызметтерге білікті сараптама жүргізу;  <i><b>Дағдысы болуы:</b></i> тұтыну тауарларының, өндіріс құралдары мен қызметтердің техникалық, эксплуатациялық, экономикалық, эстетикалық және басқа параметрлерін анықтау;  <i><b>Білікті болу:</b></i> тауарлар мен қызметтерге сараптама жүргізу, тұтыну тауарларының, өндіріс құралдары мен қызметтердің техникалық, пайдалану, экономикалық, эстетикалық және басқа параметрлерін анықтау саласында.  <b>// КТ 2211 «Коммерциялық тауартану»</b>  <i><b>Білу:</b></i> тауарлардың сапасын, таңбалануын, қаптамасын, тасымалдануы мен сақталуын анықтайтын нормативтік құжаттар; ассортименттің қасиеттері мен көрсеткіштері; сапаға қойылатын гигиеналық талаптар; тұтыну тауарларына сараптама жүргізу әдістері; тауарларды сәйкестендіру және бұрмалау;  <i><b>Ептілігі болуы:</b></i> кәсіпорынның тауарлық ассортиментін талдау, ассортименттік саясатты қалыптастыру; нормативтік құжаттармен және заңнамалық актілермен жұмыс істеу; сертификаттау және қызмет көрсету мақсаттары үшін құжаттарды ресімдеу; тауарларды бөлудің барлық кезеңдерінде тауарлардың сәйкестендірілуін жүргізу және бұрмалануын анықтау; ақаулар мен шығындардың алдын алу бойынша іс-шаралар әзірлеу; тауарларды саны мен сапасы бойынша қабылдауды жүзеге асыру;  <i><b>Дағдысы болуы:</b></i> сапасыз тауарларға кінә қоюды және кінә қоюға жауаптарды құрастыру; жеткізушілермен және сатып алушылармен; бақылаушы органдармен байланысты жүзеге асыру;  <i><b>Білікті болу:</b></i> тұтыну тауарларын тасымалдау, сақтау, өткізу қағидалары мен режимдерін сақтауды қамтамасыз етуде; қоймалық сақтауды және өткізуді ұйымдастыруда</p>
	// КТ 2211 Коммерциялық тауартану					
	КМ 2212 Қызметтер маркетингі	БазП/ТК	Емтихан	3	6	<p><b>КМ 2212 «Қызметтер маркетингі»</b>  <i><b>Білу:</b></i> қызметтердің мәні, оларды жіктеу белгілері; қызметтер маркетингінің ерекшелігі; қызметтер ұсыну жүйесі; қызметтерге сұраныс пен ұсынысты келісу жолдары; қызмет көрсету саласы қызметінің әртүрлі салаларында маркетинг тұжырымдамасын қалыптастыру әдістемесі.  <i><b>Ептілігі болуы:</b></i> Қызмет көрсету нарығында кәсіпорынды басқаруда маркетингі қолдану және дамыту мүмкіндігі мен қажеттілігін негіздеу; қызмет көрсету саласында маркетингтің кешенді стратегиясын әзірлеу; қызмет көрсету саласында сатып алу тәуекелдерін анықтау  <i><b>Дағдысы болуы:</b></i> қызмет көрсету саласындағы қызметтің әртүрлі салаларында маркетинг кешенін қалыптастыру; қызмет көрсету сапасын бағалау; Қызмет көрсету саласында қызмет көрсету стандартын әзірлеу</p>



	//ОМ 2212 Өнеркәсіптік маркетинг					<p><b>Білікті болу:</b> қызметтер өндірісі кешені, баға белгілеу, қызмет көрсету саласындағы бөлу және коммуникациялар бойынша шешім қабылдауда; қызмет көрсету саласындағы кез келген кәсіпорын үшін маркетинг кешенін әзірлеуде.</p> <p><b>//ОМ 2212«Өнеркәсіптік маркетинг»</b></p> <p><b>Білу:</b> өнеркәсіптік маркетинг пен тұтынушылық маркетингтің негізгі айырмашылықтары; өнеркәсіптік нарықтардағы брендингтің ерекшеліктері; өнеркәсіптік нарықтарда сегменттеу және позициялау әдістері; өнеркәсіптік нарықта баға белгілеу ерекшеліктері; өнеркәсіптік нарықта тарату арналарын құру ерекшеліктері; өнеркәсіптік нарықтарда қолданылатын маркетингтік коммуникациялардың түрлері; өнеркәсіптік нарықтарда маркетингтік зерттеулер жүргізу ерекшеліктері</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> өнеркәсіптік кәсіпорында маркетингтік қызметті жоспарлауды жүзеге асыру; нақты мәнмәтінде әртүрлі баға стратегияларын талдау; өнеркәсіптік нарықты саралауды жүргізу; позициялау және маркетингтік коммуникациялар стратегиясын әзірлеу; өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын әзірлеу және іске асыруды жүзеге асыру.</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> өнеркәсіптік нарықтарда сапалы және сандық зерттеулер жүргізу әдіснамасын; сегменттеу, позициялау әдіснамасын; Маркетингтік коммуникациялардың әртүрлі түрлерінің тиімділігін бағалауды; қабылдау және құндылық карталарын құру әдістемесін меңгеру.</p> <p><b>Білікті болу:</b> өнеркәсіптік маркетингтегі нарықтық процестерді басқару, оларды зерттеу және реттеу саласындағы практикалық ұсыныстарды әзірлеуде.</p>
MZK 07 Маркетингтік зерттеулер және кәсіпкерлік модулі	МК 3213 Маркетингтік коммуникация- лар	БазП/ТК	Емтихан	6	5	<p><b>МК 3213 «Маркетингтік коммуникациялар»</b></p> <p><b>Білу:</b> теориялық және практикалық материалдардың кең шеңбері негізінде Маркетингтік коммуникациялардың негізгі ұғымдарын; Маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін анықтайтын факторларды; коммуникациялық процестің мазмұнын; коммуникация арналарын; коммуникациялық желілер мен стильдердің түрлерін;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> нақты экономикалық жағдайларды талдау және шешу кезінде коммуникацияның негізгі ұғымдарын, принциптерін қолдану; фирманың коммуникациялық саясатының тиімді нысандарын әзірлеу; қазіргі коммуникациялық технологияларды қолдану; ұйым ішінде де, ұйым мен оның сыртқы ортасы арасында да тиімді коммуникацияларды құру.;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> нарықтық жағдайларда маркетингтік коммуникация жүйесін әзірлеу; тауарлар мен қызметтерді тұтыну нарығына жылжыту; ұйымдастыру - басқару шешімдерін табу және олар үшін жауапты болуға дайын болу.;</p> <p><b>Білікті болу:</b> жарнамалық қызметтер нарығында зерттеулер жүргізу әдістерін қолдану; Маркетингтік коммуникациялардың бюджетін қалыптастыру; қазіргі заманғы коммуникациялық технологиялардың тұсаукесерін жүргізу.</p> <p><b>// АМ 3213 «Әлеуметтік маркетинг»</b></p> <p><b>Білу:</b> әлеуметтік маркетингтің негізгі түсініктері мен категорияларының мәні мен мазмұны; әлеуметтік маркетингтің әдіснамалық негіздері; Әлеуметтік маркетинг саласындағы</p>
	// АМ 3213 Әлеуметтік маркетинг					

						<p>сараптамалық консалтингтік және аналитикалық қызметті жүзеге асыру кезінде әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдар теориясы мен әдістері; коммерциялық және коммерциялық емес саладағы маркетингтік қызметтің әлеуметтік маңызы;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> маркетингтік қызметтің экономикалық және әлеуметтік-психологиялық аспектілерінің кең ауқымын талдау; - әлеуметтік маркетинг саласындағы сарапшы, аналитик және кеңесші ролінде болу; - әлеуметтік маңызды жобаларды жоспарлау және қоғамдық пікірді зерттеу саласындағы жұмыстарды жобалауды жүзеге асыру; - маркетингтік қызметтің жұмысын ұйымдастыру.;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> әлеуметтік маңызды мәселелерді алға жылжыту; корпоративтік мәдениетті, фанрайзингті, ұйымды ұстанымды зерттеу; мақсатты аудиториямен тиімді коммуникацияны құру тәсілдері;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> әлеуметтік жобалар мен нақандарды маркетингтік жоспарлау әдістерін қолдану; әлеуметтік жобалар мен нақандарды өткізу кезінде коммуникациялық саясатты қалыптастыру; Коммерциялық емес ұйымның қызметіне қатысуға мақсатты аудиторияны тарту әдістерін әзірлеу.</p>
MZ 2214 Маркетингтік зерттеулер	БазП/ТК	Емтихан	4	6	<p><b>MZ 2214 «Маркетингтік зерттеулер»</b></p> <p><b>Білу:</b> маркетингтік зерттеу жүргізу әдістемесі: негізгі кезеңдер: ақпаратты жинау және талдау әдістері, тәсілдері, құралдары; нәтижелерді ұсыну тәсілдері; ақпаратты жинаудың жекелеген әдістері мен құралдарының артықшылықтары мен кемшіліктері: сұрау, бақылау, эксперимент, фокус – топ, сауалнама, механикалық құрылғылар; маркетингтік зерттеулердің әр түрлі бағыттары кезінде қолданылатын талдау әдістерінің принциптік ерекшеліктері мен айырмашылықтары: сыртқы және ішкі; маркетингтік зерттеулердің жекелеген түрлерін жүргізудің ерекшеліктері: бәсекелестік; маркетингтік зерттеулердің;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> әртүрлі ақпарат түрлерін жинау, өңдеу және талдау жүргізу; қызықты мәселе бойынша нақты шағын-маркетингтік зерттеулер жүргізу және ол бойынша есеп беру;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> телефон, ауызша, жазбаша сауалнамалар жүргізу; фокус – топ негізінде сауалнама жүргізуді ұйымдастыру; зерттеудің түрлі мәселелері бойынша сауалнамаларды білікті жасау; фокус – топты өткізу үшін сценарий (Гайд);</p> <p><b>Білікті болуы:</b> маркетингтік зерттеулер жүргізу, маркетингтік стратегиялар мен бағдарламаларды әзірлеу, коммуникативтік және өткізу қызметін ұйымдастыру, баға белгілеуді жетілдіру, практикалық қызметте маркетингтің негізгі элементтерін пайдалану.</p> <p><b>DTZT 2214 «Деректерді талдаудың заманауи технологиясы»</b></p> <p><b>Білу:</b> ақпаратты өңдеудің негізгі түрлері мен рәсімдері, ақпаратты өңдеу есептерін шешудің модельдері мен әдістері; Деректерді математикалық өңдеудің ақпараттық технологияларын тиімді пайдалану әдістері;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> бастапқы ақпаратты талдау; құжаттарды әзірлеу, жұмыстың көлемі мен мерзімін бағалау; практикалық жағдайды және тиісті ақпараттық технологияны салыстыру; ақпаратты өңдеу бойынша есептерді математикалық және ақпараттық қоюды жүзеге асыру</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің негізгі әдістерін, тәсілдерін және құралдарын меңгеру, ақпаратты басқару құралы ретінде компьютермен жұмыс істеу,</p>	
//DTZT 2214 Деректерді талдаудың заманауи технологиясы						

						ғаламдық компьютерлік желілерде ақпаратпен жұмыс істеу <b>Білікті болу:</b> курста зерттелген әдістерді қолдана отырып, мақсатты статистикалық талдау жүргізуде, деректерді талдау, әлеуметтік - экономикалық даму процестерін модельдеу және болжау негізінде басқарушылық шешімдер қабылдауда.
KBZh 2215 Кәсіпкерлік және бизнес-жоспарлау	БазП/ТК	ТТ Емтихан КЖ	3 4	6		<p><b>KBZh 2215 «Кәсіпкерлік және бизнес-жоспарлау»</b>  <b>Білу:</b> кәсіпкерлік қызметті ұйымдастырудың теориялық және практикалық негіздерін; "кәсіпкерлік", "кәсіпкерлік", "кәсіпкерлік қызмет" ұғымдарының экономикалық мазмұны мен мәнін; кәсіпкерлік қызмет түрлерін; кәсіпкерлік қызметті ресурстық және құқықтық қамтамасыз етуді; кәсіпкерлік қызметті ақпараттық және инвестициялық қамтамасыз етуді;  <b>Ептілігі болуы:</b> Кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыру және қызмет ету бойынша дұрыс шешім қабылдау; кәсіпкерлік қызметтің қандай да бір түрінің негізгі процестерін ерекшелену.;  <b>Дағдысы болуы:</b> кәсіпкерлік қызметті ұйымдастыру; бизнес-модельдеу және бизнес-жоспарлау;  <b>Білікті болу:</b> кәсіпкерлік қызметті экономикалық және әлеуметтік басқарудың сауатты шешімі, инвестициялық жобаларға дербес бағалау жүргізу, қаржылық жоспарлау және болжау саласында.</p>
MZhN 2215 Медиа жоспарлау негіздері						<p><b>MZhN 2215 «Медиа жоспарлау негіздері»</b>  <b>Білу:</b> кәсіпкерлік идеяларды генерациялау әдістерін; бизнес-модельді құру негіздерін; инновациялық жобаның бизнес-жоспарын әзірлеу әдістемесін және оның тиімділігін бағалау; ғылыми-техникалық әзірлемелерді коммерцияландыру негіздерін; Жаңа бизнесті құру және инвестициялау негіздерін; кәсіпкерлік қызметтің инфрақұрылымын; кәсіпкерлік қызметтің құқықтық аспектілерін, зияткерлік меншікті қорғау негіздерін.;  <b>Ептілігі болуы:</b> коммерциялық перспективалы ғылыми-техникалық идеяларды табу немесе генерациялау; өнімді іске асыру үшін коммерциялық перспективалы тауашаларды анықтау мақсатында нарыққа зерттеу жүргізу; бизнес - модельдерді әзірлеу және оларды тиімді бизнес-жоспарларға айналдыру; пәнаралық командалар құру; инновациялық жобаны жылжыту, инвесторларды табу; тәуекелдерді бағалау; өз нәтижелерін таныстыру.;  <b>Дағдысы болуы:</b> креативті ойлау және перспективалы ғылыми-техникалық идеяларды генерациялау; Экономикалық даму үрдістерін болжау және перспективалы трендтерді анықтау; жобаларды басқару; команда құру және командалық жұмыс; тәуекел-менеджмент; Шешендік шеберлік; табысты презентация;  <b>Білікті болу:</b> кәсіби қызмет бағыты бойынша ғылыми-техникалық идея негізінде коммерциялық перспективалы өнімді әзірлеу; ғылыми-техникалық идеяларды коммерцияландыру саласында жобалық қызметті жүргізу.</p>

ИКЕ 08 Искерлік қатынастар этикасы модулі	ККТТ 4216 Келісім қатынастарының теориясы мен тәжірибесі	БазП/ТК	Емтихан	7	6	<p><b>ККТТ 4216 «Келісім қатынастарының теориясы мен тәжірибесі»</b>  <i>Білу:</i> шарттық қатынастардың түрлері және олардың сипаттамасы; шарттық қатынастарды реттейтін азаматтық заңнаманың қолданыстағы нормалары; шарттық қатынастарды құқықтық реттеу көздері; шарттарды жасасу, өзгерту және бұзу саласындағы;  <i>Ептілігі болуы:</i> құқықтық ұғымдарды кеңінен қолдану, шарттардың талаптарын дәл, толық, нақты және заңға сәйкес тұжырымдау, кәсіпорындағы шарттық қатынастар процесін басқару; практикалық қызметте Шарттық құқық нормаларын дұрыс бағалау және қолдану;  <i>Дағдысы болуы:</i> жеткізушілермен және Делдалдармен шарттық жұмыс; шарттарды өзгерту және бұзу.  <i>Білікті болуы:</i> мінсіз бәсекелестік нарығында тиімді экономикалық байланыстарды қалыптастыруда; шарттық қатынастарды реттейтін заңнаманың қолданыстағы нормаларында.  <b>//КМ 4216 «Қатынастар маркетингі»</b>  <i>Білу :</i> түрлі өзара қарым-қатынастарды құрудың және оларды басқарудың негізгі қағидаттары; әріптестермен өзара қарым-қатынастарды басқару тұжырымдамасы; әріптестермен қарым-қатынастарды Басқару стратегияларының түрлері; әріптестерді басқарудың негізгі процестері мен технологиялары.  <i>Ептілігі болуы:</i> фирманың қазіргі қарым-қатынас жүйесін диагностикалау, олардың стратегиялық маңыздылығын бағалау; өзара қарым-қатынас пен басқарудың келісілген тізбегін құру; компанияның салалық және бәсекелестік ортасын талдау; мақсатты сегменттер мен негізгі серіктестерді анықтау, құндылық ұсыныстарын қалыптастыру, байланыс арналарын жобалау және құндылықтарды жеткізу.  <i>Дағдысы болуы:</i> серіктестермен өзара қарым-қатынастарды басқару процестерін ұйымдастыру; салалық және бәсекелестік ортаға, компанияның клиенттік базасына талдау жүргізу; компанияның серіктестік қатынастар маркетингіне көшуі кезінде ұйымдастырушылық өзгерістерді жүзеге асыру.  <i>Білікті болуы:</i> кәсіби қызметте бизнесті ұйымдастырудың жаңа нысандарын (желілер, кластерлер, виртуалды ұйымдар) тиімді пайдалануда; компанияны басқару жүйесіне CRM-жобаларын әзірлеу және енгізу саласында.</p>
	//КМ 4216 Қатынастар маркетингі					ТМК 4217 Тұтынушының мінез-құлығы

						<p>оңтайландыру бойынша тиісті маркетингтік стратегияны әзірлеу;</p> <p><b>Білікті болу:</b> сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу және модельдеу және сатып алу туралы шешім қабылдау, нарықтың мақсатты сегменттерін жаулап алу және қанағаттандыру бойынша маркетингтік іс-шараларды әзірлеу үшін сатып алушылардың уәждерін талдау және бағалау әдістемесі.</p> <p><b>//ВЕ 4217 «Бизнес этикасы»</b></p> <p><b>Білу:</b> шығындарды басқару әдістерін; шығындарды есептеу және калькуляциялау әдістерін; калькуляция баптары бойынша шығындарды топтауды; шығындарды басқару жүйесінің негізгі функцияларын; шығындардың құрылымы мен сметасын; айналыс шығындарын есептеудің негізгі принциптерін;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> шығындардың тиімділігін талдау және бағалау; өзіндік құнның төмендеу көрсеткіштерін есептеу; шығындардың төмендеуінен әсерлерді есептеу; шығындардың құрылымын талдау; шығындарды мақсаттарға сәйкес жіктеу;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> пән бойынша ғылыми әдебиеттермен, нормативтік материалдармен және құжаттармен жұмыс істеу, бюджеттерді құру, шығындардың әр түрлі түрлері мен элементтерін есептеу;</p> <p><b>Білікті болу:</b> кәсіпорындардағы шығындарды есепке алу жүйесін қолдану саласында, шығындардың әр түрлі түрлері мен элементтерін есептеу кезінде қолданылатын нормативтік материалдар мен құжаттармен жұмыста.</p>
BBB 09 Баға белгілеу және бақылау модулі	SS 3218 Салық және салық салу	БазП/ТК	Емтихан	5	5	<p><b>SS 3218 «Салық және салық салу»</b></p> <p><b>Білу:</b> маркетингті басқарудың мәні, мазмұны және принциптері маркетингті басқару процесін ұйымдастыру негіздері; басқару стратегиясы мен тактикасы маркетинг қызметін ұйымдастырудың артықшылықтары мен кемшіліктері; маркетингтік жоспарлау мен бақылаудың ерекшелігі мен мәндік байланысы.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> - кәсіпорын қызметінде жедел және стратегиялық маркетингтік жоспарларды экономикалық негіздеуді және әзірлеуді; - кәсіпорынның барлық құрылымдарын үйлестіру мен оңтайландыруды қамтамасыз ететін бөлімше ретінде кәсіпорында маркетинг қызметін ұйымдастыруды; - маркетингтік қызметті бақылауды және кәсіпорынның маркетингтік күш-жігерінің нәтижелілігін бағалауды.;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалау бойынша;</p> <p><b>Білікті болу:</b> нарықтың талаптарын қанағаттандыру және пайда алу үшін кәсіпорынның әлеуетті мүмкіндіктері мен ресурстарын тиімді пайдалануға бағытталған маркетингті басқару процесін ұйымдастыруда.</p> <p><b>//ВЕК 3218 «Бухгалтерлік есеп және қаржы»</b></p> <p><b>Білу:</b> ұйымның ситуациялық талдауын жүргізудің тәртібі мен сызбасын; ұйымның қаржылық-экономикалық қызметіне талдау жүргізудің тәртібі мен сызбасын; кәсіпорынның маркетинг бөлімінің ұйымдастырушылық-басқарушылық талдауының сызбасын; ұйымның негізгі ұйымдастырушылық-өкімдік, Әдістемелік, нормативтік-техникалық, анықтамалық құжаттамасын және онымен жұмыс істеу принциптерін; ұйымның негізгі бизнес-процестерін талдау және формализациялау негіздерін; тиімді</p>
	//ВЕК 3218 Бухгалтерлік есеп және қаржы					

						<p>басқару шешімдерін әзірлеу тәртібін; экономикалық құбылыстар мен процестерді талдау және болжау әдістемесін.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> жаңа нарықтық мүмкіндіктерді табу және бағалау және бизнес-идеяны қалыптастыру; кәсіпорынның қызмет етуінің ішкі және сыртқы ортасын талдау; маркетинг бюджетін есептеу; жоспарлаудың, ұйымдастырудың және бақылаудың үш бірлестігінде маркетингті басқару функцияларын зерттеу; маркетингтік зерттеулердің әр түрлі заманауи әдістері мен құралдарын қолдану; ұйымдастыру міндеттерін шешу; ұйымның қызметін реттейтін нормативтік құжаттармен және басқа да ақпараттық көздермен жұмыс істеу.</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> ұйымдастырушылық-басқару шешімдерін қабылдау және оларға жауапкершілік алуға дайындық; әлеуметтік маңызды мәселелер мен процестерді талдау; іскерлік қарым-қатынасты жүзеге асыру: көпшілік алдында сөйлеу, келіссөздер, кеңестер өткізу, іскерлік хат алмасу, электрондық коммуникациялар; қабылданатын ұйымдық-басқару шешімдерінің шарттары мен салдарын бағалау; ұйымның операциялық қызметіне талдау жүргізу және басқарушылық шешімдерді дайындау үшін оның нәтижелерін пайдалану.; жаңа ұйымдарды құру мен дамытудың бизнес-жоспарларын әзірлеу (қызмет бағыттары, өнімдер))</p> <p><b>Білікті болу:</b> кәсіпорынның маркетингтік қызметін тиімді басқаруда.</p>
Кон 3219 Контроллинг	БазП/ТК	ТТ Емтихан	5 6	5	<p><b>Кон 3219 «Контроллинг»</b></p> <p><b>Білу:</b> кәсіпорындағы контроллер қызметінің негізгі түрлері және құзырет салалары; Басқару есебі жүйесі; экономиканың нақты секторындағы кәсіпорындағы шығындарды басқаруда контроллингті қолдану;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> есептік және есептік ақпаратты аналитикалық өңдеу; объектілердің жұмыс істеу тиімділігін бағалау; тиімді коммуникациялық жүйені құруға көмек көрсету;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> менеджерлерге негізделген басқару шешімдерін қабылдау үшін ақпарат дайындау және ұсыну;</p> <p><b>Білікті болу:</b> жүріп жатқан процестерді бағалауда; ауытқуларды анықтау, осы ауытқуларды тудырған себептерді жою бойынша басшылық үшін ұсынымдар әзірлеу.</p> <p><b>//KShB 3219 « Кәсіпорын шығындарын басқару»</b></p> <p><b>Білу:</b> шығындарды басқару әдістері; шығындарды есептеу және калькуляциялау әдістері; шығындарды калькуляциялау баптары бойынша топтастыру; шығындарды басқару жүйесінің негізгі функциялары; шығындар құрылымы мен сметасы; айналым шығындарын есептеудің негізгі принциптері;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> шығындардың тиімділігіне талдау жүргізу және бағалау; өзіндік құнның төмендеу көрсеткіштерін есептеу; шығындардың төмендеуінен болатын әсерлерді есептеуді жүргізу; шығындардың құрылымын талдау; шығындарды мақсатқа сәйкес жіктеу;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> пән бойынша ғылыми әдебиеттермен, нормативтік материалдармен және құжаттармен жұмыс істеу, бюджеттерді құру; шығындардың әртүрлі түрлері мен элементтерін есептеу;</p> <p><b>Білікті болу:</b> кәсіпорындарда шығындарды есепке алу жүйесін қолдану саласында, шығындардың әртүрлі түрлері мен элементтерін есептеу кезінде қолданылатын</p>	
//KShB 3219 Кәсіпорын шығындарын басқару						

						нормативтік материалдармен және құжаттармен жұмыс жасауда.
BBBS 3220 Баға белгілеу және баға саясаты	БазП/ТК	Емтихан	5	6	<p><b>BBBS 3220 «Баға белгілеу және баға саясаты»</b>  <i><b>Білу:</b></i> маркетинг–менеджмент ғылыми – әдіснамалық және ұйымдастыру – технологиялық базасын қолдану негізінде кез келген шаруашылық жүргізуші субъектінің маркетингтік қызметін басқарудың тиімді жүйесін.;  <i><b>Ептілігі болуы:</b></i> кәсіпорынның басқару органдарын дұрыс атауды; - шаруашылық қызметтің әр түрлі салаларындағы кәсіпорындар мен ұйымдардың меншік нысандары мен ұйымдық-құқықтық формаларына кәсіби бағдар жасауды; - кәсіпорынның миссиясын, мақсаттары мен міндеттерін тұжырымдауды; - кәсіпорын қызметкерлерінің лауазымдарын жіктеуді; - кәсіпорын бөлімшелерінің ұйымдастыру құрылымын, міндеттері мен функцияларын саралауды; - Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ресімделуінің дұрыстығын бағалауды; - кәсіпорындағы маркетинг қызметінің міндеттерін тұжырымдауды.; кәсіпорынның жарнамалық проспектілері мен хабарландыруларын, ұйымдастыру коммуникациялары мен PR саласындағы шешімдерді талдау;есеп беру құжаттамасын жасау.  <i><b>Дағдысы болуы:</b></i> кәсіпорынның перспективаларын, әлеуетті мүмкіндіктерін, сондай-ақ зерттелетін нарықтардағы бәсекелестік артықшылықтарын анықтау мақсатында оның қызметіне маркетингтік зерттеулер жүргізу.  <i><b>Білікті болуы:</b></i> маркетинг бакалаврының адам ресурстарын басқару, жабдықтау, өндіріс және қаржы бөлімдерінің мамандарымен материалдық–техникалық жабдықтау, өндірістік, инновациялық және өткізу қызметін тиімді жүзеге асыру үшін нарықта шаруашылық</p>	
//MSK 3220 Маркетинг саласындағы консалтинг					<p><b>//MSK 3220 «Маркетинг саласындағы консалтинг»</b>  <i><b>Білу:</b></i> шектес ғылымдар теориясы мен әдіснамасының негізгі элементтері; экономикалық игіліктерді тұтынушылардың мінез-құлқын талдау тәсілдері және сұранысты қалыптастыру; жаңа ұйымдарды құру және дамыту үшін бизнес-жоспарларды әзірлеу тәсілдері; зерттеу нәтижелерін қорыту технологиясы;  <i><b>Ептілігі болуы:</b></i> проблемалық жағдайларға талдау жүргізу, маркетингтік қызметтің тиімділігін арттыру бойынша ұсыныстар мен ұсынымдарды әзірлеуді талдау қолынан келуі керек;  <i><b>Дағдысы болуы:</b></i> клиент ұйымының дамуына ықпал ететін идеяларды "сатуға" мүмкіндік беретін клиенттік және консультациялық ұйымдар (консультант) арасында өзара қарым-қатынас құру; клиент үшін жобаны уақытында және бюджет шегінде орындауға мүмкіндік беретін жобаны басқару; жұмысқа шығармашылық көзқарас;  <i><b>Білікті болуы:</b></i> кәсіби қызмет түрі ретінде кеңес беру мүмкіндіктері мен шектеулері саласында, ұйымның ұйымдастырушылық өзгерістерінің жобасы түрінде практикалық ұсыныстар әзірлеуде.</p>	

<b>БП- Бейіндеуші пәндер</b>						
<b>ЖООК – Жоғары оқу орны компоненті</b>						
КУ 10 Кәсіби- ұйымдастыру модулі	МВ 3301 Маркетингі басқару	БП/ЖООК	Емтихан КЖ	6	5	<p><b>Білу:</b> маркетингі басқарудың мәні, мазмұны және принциптері маркетингі басқару процесін ұйымдастыру негіздері; маркетинг қызметтерін ұйымдастырудың артықшылықтары мен кемшіліктерін басқарудың стратегиясы мен тактикасы; маркетингтік жоспарлау мен бақылаудың ерекшелігі мен маңызды өзара байланысы;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорын қызметіндегі жедел және стратегиялық маркетингтік жоспарларды әзірлеу және экономикалық негіздеу; кәсіпорында оның барлық құрылымдарын үйлестіру мен оңтайландыруды қамтамасыз ететін бөлімше ретінде маркетинг қызметін ұйымдастыру; маркетингтік қызметті бақылау және кәсіпорынның маркетингтік күш-жігерінің нәтижелілігін бағалау;</p> <p><b>Дағдысы болуы :</b> кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалау бойынша;</p> <p><b>Білікті болу:</b> нарықтық талаптарды қанағаттандыру және пайда табу үшін кәсіпорынның әлеуетті мүмкіндіктері мен ресурстарын тиімді пайдалануға бағытталған маркетингі басқару процесін ұйымдастыруда</p>
	ОР 3302 Өндірістік практика 2	БП/ЖООК	Емтихан Есеп	6	5	<p><b>Білу:</b> ұйымның ситуациялық талдауын жүргізу тәртібі мен схемасы; ұйымның қаржы-экономикалық қызметіне талдау жүргізу тәртібі мен схемасы; кәсіпорынның маркетинг бөлімінің ұйымдастырушылық-басқарушылық талдау схемасы; ұйымның негізгі ұйымдастырушылық-өкімдік, Әдістемелік, нормативтік-техникалық, анықтамалық құжаттамасы және онымен жұмыс істеу қағидаттары; ұйымның негізгі бизнес-процестерін талдау және формализациялау негіздері; тиімді басқарушылық шешімдерді әзірлеу тәртібі; экономикалық құбылыстар мен процестерді талдау және болжау әдістемесі.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> жаңа нарықтық мүмкіндіктерді табу және бағалау және бизнес-идеяны қалыптастыру; кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасын талдау; маркетинг бюджетін есептеу; жоспарлау, ұйымдастыру және бақылаудың үшбірлігінде маркетингі басқару функцияларын зерттеу; маркетингтік зерттеулердің әртүрлі заманауи әдістері мен құралдарын қолдану; ұйымдастырушылық мәселелерді шешу; ұйымның қызметін реттейтін нормативтік құжаттармен және басқа да ақпараттық көздермен жұмыс істеу.</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдер қабылдау және олар үшін жауапкершілік алуға дайын болу; әлеуметтік маңызды проблемалар мен процестерді талдау; іскерлік қарым-қатынасты жүзеге асыру; көпшілік алдында сөйлеу, келіссөздер, кеңестер өткізу, іскерлік хат алмасу, электрондық коммуникациялар; қабылданатын ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдердің шарттары мен салдарларын бағалау; ұйымның операциялық қызметіне талдау жүргізу және оның нәтижелерін басқарушылық шешімдерді дайындау үшін пайдалану; жаңа ұйымдарды (қызмет бағыттары, өнімдер) құру мен дамытудың бизнес-жоспарларын әзірлеу)</p> <p><b>Білікті болу:</b> кәсіпорынның маркетингтік қызметін тиімді басқаруда.</p>



TKZh 11 Тауарлар мен қызметтерді жылжыту модулі	Mer 4303 Мечендайзинг	БП/ЖООК	Емтихан	7	5	<p><b>Білу:</b> ассортименттік саясатты қалыптастыру; ақпараттық сүйемелдеумен үйлесімде жабдықтарды, бөлімдерді, секцияларды, тауарларды неғұрлым оңтайлы және ыңғайлы орналастыру және сауда залында жағдайларды қалыптастыру; дүкеннің қолайлы атмосферасын құру; дүкеннің сауда-технологиялық процесін ұйымдастырудың нысандары мен әдістерін жаңғырту;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> жекелеген тауарларды немесе олардың кешендерін жылжыту үшін мерчендайзинг құралдары мен әдістерін әзірлеу және қолдану; сауда залын ұтымды жоспарлау; сауда жабдықтары мен тауарларын сауда залына орналастыру;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> тауарлардың ассортиментін сәйкестендіру, жүйелеу, кодтау және талдау;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> тауарлар мен олардың маркаларын сатуға жәрдемдесуде; жекелеген тауарларды немесе олардың кешендерін жылжыту үшін мерчендайзинг құралдары мен әдістерін әзірлеуде және қолдануда.</p>
	TKZh 4304 Тауарлар мен қызметтердің жарнамасы	БП/ЖООК	КЖ	7	5	<p><b>Білу:</b> жарнаманың заңдарын, ережелері мен функцияларын; жарнамалық мақсаттарды қою тәртібі мен мазмұнын; жарнамалық айналымның стилін; жарнамалық слогандарды құрастыру ережесін; жақсы слогандарды нашар ұралардан ажырата білу, слогандарды құрастыруда тәжірибе алмасуға; жарнама таратудың негізгі құралдарының сипаттамасын, олардың "артықшылықтары" және "кемшіліктері"; Қазақстанның жарнама нарығының қазіргі жағдайын; жарнама нарығының қазіргі жағдайын.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> маркетингтік жағдайға сүйене отырып, жарнаманы таратудың адекватты құралын таңдау; жарнаманың адекватты тасымалдаушысы;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> жарнамалық ат пен жарнамалық слогандарды талдау; жарнаманың коммуникативтік тиімділігін зерттеу әдістемесін меңгеру; жарнамалық стратегияны, жарнамалық-ақпараттық материалдарды әзірлеу; қызмет көрсету саласындағы кәсіпорынның жарнамалық наұқанын ұйымдастыру және өткізу.;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> жарнамалық зерттеулер жүргізу және практикалық қызметте зерттеу нәтижелерін қолдану; тауарлар мен қызметтер нарығында кәсіпорынның фирмалық стилін әзірлеу.</p>
	DP 4305 Дипломалды практика	БП/ЖООК	Емтихан Есеп	8	5	<p><b>Білу:</b> маркетинг–менеджменттің ғылыми – әдістемелік және ұйымдастыру – технологиялық базасын, принциптер мен технологияларды қолдану негізінде кез келген шаруашылық жүргізуші субъектінің маркетингтік қызметін басқарудың тиімді жүйесін.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорынның басқару органдарын дұрыс атау; шаруашылық қызметтің әр түрлі салаларындағы кәсіпорындар мен ұйымдардың меншік нысандары мен ұйымдық-құқықтық нысандарын кәсіби бағдарлау; кәсіпорынның миссиясын, мақсаттары мен міндеттерін тұжырымдау; кәсіпорын персоналының лауазымдарын сыныптау; кәсіпорын бөлімшелерінің ұйымдастырушылық құрылымын, міндеттері мен функцияларын саралау; Кәсіпорынның сыртқы және ішкі ресімделуінің дұрыстығын бағалау; кәсіпорындағы маркетинг қызметінің міндеттерін тұжырымдау; кәсіпорынның жарнамалық проспектілері мен хабарландыруларын, ұйымдастырушылық коммуникацияларды дамыту және PR саласындағы шешімдерді талдау; есептік құжаттаманы жасау.</p>

						<p><b>Дағдысы болуы:</b> зерттелетін нарықтардағы кәсіпорын қызметінің болашағын, әлеуетті мүмкіндіктерін, сондай-ақ бәсекелестік артықшылықтарын анықтау мақсатында маркетингтік зерттеулер жүргізу</p> <p><b>Білікті болуы:</b> маркетинг бакалаврының нарықтағы шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз ету мақсатында материалдық–техникалық жабдықтауды, өндірістік, инновациялық және маркетингтік қызметті тиімді жүзеге асыру үшін адами ресурстарды басқару, жабдықтау, өндіріс және қаржы бөлімдерінің мамандарымен бірлескен жұмысы саласында.</p>
<b>ТК – Таңдау компоненті</b>						
SML 12 Стратегиялық маркетинг және логистика модулі	<p>Log 3306 Логистика</p> <hr/> <p>//KL 3306 Коммерциялық логистика</p>	БП/ТК	Емтихан	5	6	<p><b>Log 3306 «Логистика»</b></p> <p><b>Білу:</b> "Логистиканың алты ережесін" орындау нәтижесінде қол жеткізілетін логистикалық қызметтің түпкі мақсаты; логистиканың маркетингпен, қаржымен және өндірісті жоспарлаумен функционалдық өзара байланысы; логистикалық жүйелердің түрлері және осы жүйелердің модельдері; логистикадағы жүйелік тәсіл және оны логистикалық жүйелерді қалыптастыруда пайдалану;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> логистикалық жүйелерді қалыптастыруда жүйелі тәсілді қолдану; өндіріс және айналым салаларындағы материалдық ағындарды басқару; көрсетілетін Логистикалық қызмет деңгейіне байланысты кәсіпорын қызметінің экономикалық көрсеткіштерін есептеу;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> келтірілген шығындардың ең аз өлшемі негізінде тарату орталығының оңтайлы орналасу орындарын анықтау; кәсіпорында логистиканы пайдаланудан экономикалық әсерді есептеу;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> өндіріс және айналым саласындағы материалдық ағындарды басқару, жұмыс істеп тұрған логистикалық жүйе шеңберінде материалдық қорларды тиімді басқару мәселелерінде</p> <p><b>// KL 3306 «Коммерциялық логистика»</b></p> <p><b>Білу:</b> негізгі ұғымдар мен анықтамаларды; экономикалық және тарихи алғышарттарды, сондай-ақ логистиканың даму кезеңдерін; материалдық ағындарды басқарудағы логистикалық және дәстүрлі тәсілдердің айырмашылықтарын; логистиканың әдіснамалық негіздері мен ғылыми базасын.;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> экономикалық жүйелердің қызмет етуінде оңтайландыру міндеттерін айқындау және тұжырымдау; ағындық үдерістерді басқарудың логистикалық қағидаттары мен әдістерін қолдану;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> логистика теориясы саласында жаңа білімді өз бетінше меңгеру; тиімді логистикалық құралдарды таңдау дағдылары;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> тиімді логистикалық жүйені құру үшін жүйелік белгілерді, заңдылықтар мен функционалды байланыстарды пайдалануда бизнесті ұйымдастыру деңгейінде және макроэкономикалық деңгейде функционалды логистикалық басқарудың негіздері саласында</p>

SMM 4307 Стратегиялық менеджмент және маркетинг	БП/ТК	Емтихан	8	8	<p><b>SMM 4307 «Стратегиялық менеджмент және маркетинг»</b>  <b>Білу:</b> менеджменттің ғылым және мамандық ретінде дамуының негізгі кезеңдері; басқарудың маркетингтік тұжырымдамасының мазмұны; маркетингтік зерттеу әдістері; маркетингтік коммуникация негіздері; стратегиялық менеджменттің негізгі теориялары; ұйымның операциялық қызметін басқарудың негізгі әдістері мен құралдары;  <b>Ептілігі болуы:</b> кәсіби функцияларды іске асырумен байланысты мақсаттарды қою және міндеттерді тұжырымдау; маркетингтік зерттеулер нәтижесінде алынған ақпаратты пайдалану; ұйымның корпоративтік, Бәсекелестік және функционалдық даму стратегияларын әзірлеу;  <b>Дағдысы болуы:</b> тұтыну нарығына тауарлар мен қызметтерді жылжыту үшін нарықтық жағдайларда маркетингтік стратегия мен маркетингтік компаниялар жүйесін әзірлеу;  <b>Білікті болуы:</b> Стратегиялық менеджмент құралдарын пайдалана отырып, ұйымның стратегиясын әзірлеуде; маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде пайдалануда.  <b>// НММ 4307 «Халықаралық менеджмент және маркетинг»</b>  <b>Білу:</b> әлеуметтік-гуманитарлық және әлеуметтік-экономикалық ғылымдар жүйесіндегі халықаралық маркетинг пен менеджменттің мәні мен орны; Халықаралық маркетинг және менеджмент саласындағы кәсіпорын қызметінің негізгі ерекшеліктері, халықаралық маркетингтегі шектеулер мен мүмкіндіктер; халықаралық маркетингтік зерттеулер жүргізу ерекшеліктері; кәсіпорындардың халықаралық нарықтарға шығу стратегиялары; халықаралық нарықтардағы Маркетингтік коммуникациялар жүйесінің ерекшеліктері; халықаралық нарықтарға шығу кезіндегі қызмет тәуекелдерін бағалау тәсілдері.  <b>Ептілігі болуы:</b> халықаралық нарықтардың тартымдылығын және іскерлік белсенділік деңгейін бағалау; талдау және болжау әдістерін, тәсілдері мен әдістемелерін трансформациялау  халықаралық салада маркетингті қолданудың ерекшеліктері мен мақсаттарына қатысты; халықаралық қызметтегі нақты практикалық мәселелерді шешу үшін классикалық маркетингтің теориялық ережелерін, идеялары мен әдістерін қолдану.  <b>Дағдысы болуы:</b> шетел нарықтарының жай-күйін талдау және болжау әдістемелерін меңгеру; халықаралық нарықтарға шығу туралы шешімдер қабылдау; халықаралық нарықта және жаһандық бәсекелестік жағдайында кәсіпорынның позициясын жақсарту перспективасын бағалау тәсілдері.  <b>Білікті болуы:</b> тиімді маркетингтік стратегияларды және шетелдік нарықтардағы маркетингтік іс-шараларды әзірлеу және іске асыру саласында.</p>
//НММ 4307 Халықаралық менеджмент және маркетинг					
МТ 3308 Маркетингтік талдау	БП/ТК	Емтихан КЖ	6	8	<p><b>МТ 3308 «Маркетингтік талдау»</b>  <b>Білу:</b> маркетингтік талдау жүргізудің негізгі әдістері: АВС-талдау және "Парето заңы"; компанияның ұйымдық құрылымын оңтайландыру, аутсорсингті қолдану мүмкіндіктері; М. Портердің талдамалық схемасы, McKinsy-GE матрицасы, SWOT-талдау жүргізу әдістемесі;  <b>Ептілігі болуы:</b> нарықты сегменттеу және өнімді жайғастыру; АВС-талдау, портфельдік талдау жүргізу; тәжірибе қисығын және оңтайлы шығарылымды құру; талдауда М. Пор-</p>

MShKT 13 Маркетингтік және шаруашылық қызметтің талдауы модулі	//MDO 3308 Маркетингтегі дизайн-ойлау					тердің аналитикалық схемасын пайдалану; SWOT-талдау жүргізу; нарық сыйымдылығын есептеу; <b>Дағдысы болуы:</b> сегменттеу және позициялау; шығарылатын өнімнің бағасын талдау; ассортиментті басқару; өткізуді ынталандыру; жарнама және жұртшылықпен байланыс орнату; салалық трендтерді құру және нарықтың даму перспективаларын айқындау дағдыларына ие болу; <b>Білікті болуы:</b> өнімді жылжыту мүмкіндіктерін талдауда; маркетингтік талдау жүргізудің арнайы әдістерінде; экономикалық зерттеулердің заманауи әдістері мен әдістерін қолдануда <b>// MDO 2308 « Маркетингтегі дизайн-ойлау»</b> <b>Білу:</b> кәсіпкерлік идеяларды генерациялау әдістері; дизайн-мәдениеттің принциптері мен мазмұны; дизайн-зерттеулердің құндылықтары; әлемдік инновациялық компаниялардың дизайн-ойлауды қолдану тәжірибесі; <b>Ептілігі болуы:</b> күрделі мәселелерді зерттеу үшін модельдер құру; ықтимал ықтимал шешімдерді зерттеу үшін прототиптерді пайдалану; пайдаланушының тәжірибесіне назар аудару; кәсіпкерлік идеяларды генерациялау және оларды дайын өнімге айналдыру; <b>Дағдысы болуы:</b> креативті ойлау және перспективалы бизнес-идеяларды тудыру; модельдер мен прототиптер жасау; тұтынушының эмоционалды тәжірибесіне назар аудару; теріс тәжірибеден сабақ алу және оларды өз өнімін немесе сервисін жетілдіруде қолдану; эмоционалды құндылықтарға негізделі отырып, жаңа өнім жасау; <b>Білікті болуы:</b> дизайн - ойлауға негізделген жобаларды басқаруда; старт-аптарды табысты бизнеске айналдыру мақсатында дизайн-зерттеулерді қолдануда; дамудың өзекті үрдістерін болжауда; әртүрлі мәселелерді шешу үшін дизайн-ойлауды пайдалануда.
	OShKT 4309 Өндірістік-шаруашылық қызметті талдау	БП/ТК	Экзамен КР	7	8	<b>OShKT 4309 «Өндірістік-шаруашылық қызметті талдау»</b> <b>Білу:</b> кәсіпорынның экономикалық қызметін талдаудың заманауи әдістері; өндіріс тиімділігін арттыру резервтерін анықтау тәсілдері; кәсіпорын, оның бөлімшелері мен қызметкерлері қызметінің нәтижелерін бағалау әдістері; <b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорынның экономикалық қызметіне талдау жүргізу; кәсіпорынның даму стратегиясы мен тактикасын жасау; жоспарлар мен басқару шешімдерін негіздеу, олардың орындалуын бақылауды жүзеге асыру; шаруашылық жүргізуші субъектінің нарықтағы жағдайын және оның даму перспективаларын анықтау; <b>Дағдысы болуы:</b> факторларды анықтау және олардың кәсіпорынның шаруашылық қызметінің көрсеткіштеріне әсерін есептеу; кәсіпорын ресурстарын пайдалану тиімділігін бағалау; өндіріс тиімділігін арттыру резервтерін анықтау; <b>Білікті болуы:</b> кәсіпорын қызметіне экономикалық талдау жүргізу және басқарушылық шешімдер қабылдау үшін ақпарат дайындау мәселелерінде. <b>// KKT 4309 «Кәсіпорынның қаржылық талдауы»</b> <b>Білу:</b> кәсіпорындардың қаржы-шаруашылық қызметін реттейтін нормативтік-құқықтық базаны; нарықтық конъюнктураны зерттеу және талдау әдістерін; кәсіпорынның басқару шешімдері мен жоспарларын негіздеу мақсатында ақпаратты өңдеу әдістерін; кәсіпорындар қызметінің тиімділігін арттыру резервтерін анықтау әдістерін.;
	//KKT 4309 Кәсіпорынның қаржылық талдауы					

						<p><b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорындар қызметінің тиімділігін арттыру мақсатында әртүрлі нұсқаларды талдау негізінде басқарушылық шешімдер әзірлеу; талдау және зерттеу міндеттерін шешу үшін қазіргі заманғы техникалық құралдар мен ақпараттық технологияларды пайдалану; қаржылық есептілікке талдау жүргізу және алынған нәтижелерді жоспарлар мен басқарушылық шешімдерді негіздеу мақсатында пайдалану;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> көрсеткіштер жүйесін қалыптастыру және кәсіпорын қызметін бағалау мақсатында ақпаратты жинау мен өңдеудің заманауи технологияларын пайдалану;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> кәсіпорындардың қызметіне қаржылық талдау жүргізу және басқару шешімдерін қабылдау үшін ақпарат дайындау мәселелерінде.</p>
	<p>IM 4310 Инновациялық маркетинг</p>	БП/ТК	Емтихан	8	5	<p><b>IM 4310 «Инновациялық маркетинг»</b></p> <p><b>Білу:</b> инновациялық үдерістердің мәні, рөлі мен маңызы; инновациялық үдерістерді мемлекеттік қолдау тетіктері мен нысандары; инновациялық кәсіпкерліктің негізгі нысандары; инновациялар маркетингі жүйесінде әсер етудің негізгі әдістері мен тәсілдері;</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> инновациялық стратегияны жоспарлау, болжау және тандау мәселелерінде дербес шешім қабылдау; инновациялық жобаларды техникалық-экономикалық негіздеу әдістерін меңгеру; инновациялардың экономикалық көрсеткіштерін болжау әдістерін қолдану; инновациялық тәуекелдерді бағалаудың тиісті әдістерін қолдану;</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> инновациялық даму басымдықтарын анықтау; кәсіпорынның инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру; инновациялық жобалардың тиімділігі;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> кәсіпорынның инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыруда, Қазақстанда инновациялық қызметті дамыту басымдықтарын айқындауда және ұлттық инновациялық жүйенің экономикалық мазмұны мен маңызды құрамдастарында.</p> <p><b>// IM 4310 «Интернет-маркетинг»</b></p> <p><b>Білу:</b> Ақпараттық маркетинг құралдарының көмегімен шешілетін маркетингтік стратегиялар мен міндеттердің түрлері; Интернет-маркетингтің әртүрлі құралдарын қолдану түрлері мен ерекшеліктері; интернеттегі сұранысты талдау жүйесінің көмегімен қаралатын өнімге сұранысты болжау әдістері; интернет-жарнама құралдарының тиімділігі мен аналитикасын талдау әдістері; интернетте және цифрлық ортада маркетингтік міндеттерді іске асыру кезіндегі жұмыс кезеңдері.</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> интернет - маркетинг бойынша қызмет мердігерлерімен қарым-қатынас құру; интернет-жарнама мен веб-аналитиканың әртүрлі жүйелерін баптау.</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> базалық электрондық коммерция; электрондық және виртуалды ортадағы коммерциялық этика;</p> <p><b>Білікті болуы:</b> маркетингтік стратегияны әзірлеу және Интернеттегі жарнамалық науқанды жүзеге асыру, сайтты жылжыту кезінде тікелей немесе жанама түрде байланысты маркетинг құралдарын пайдалану, компанияның немесе кәсіпорынның тұрақты дамуы мен тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін нарық пен бәсекелестік ортаны талдау.</p>
	//IM 4310 Интернет-маркетинг					

**ҚА- Қорытынды аттестаттау**

<p>КА 14 Қорытынды аттестаттау модулі</p>	<p>DZh(Zh)ZhK 4501 Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру</p>	<p>ҚА</p>	<p>Дипломдық жұмысты (жобаны) қорғау немесе кешенді емтихан тапсыру</p>	<p>8</p>	<p>12</p>	<p><b>Білу:</b> кәсіпорынның тарихын, оның даму перспективасын, ұйымдық құрылымын; кәсіпорынның ұйымдық-құқықтық нысаны, меншік түрі, өндірістің түрі мен көлемі, салалық мамандануы, қуаты, персонал саны, кәсіпорынның маркетингтік қызметі, маркетинг қызметін ұйымдастыру, маркетинг қызметімен шешілетін негізгі мақсаттары мен міндеттері; маркетингтің теориялық негіздері мен концепциясы; маркетингтік орта және оның құрамдастары; маркетингтік ақпарат және маркетингтік зерттеулер жүйесі; нарық нарығындағы тұтынушылық мінез-құлық теориясының негіздері.; нарықты сегменттеудің және тауарды позициялаудың әдістемелік негіздері; маркетинг жүйесіндегі тауар саясаты; баға белгілеу және баға стратегиясы; бөлу және тауар қозғалысы жүйесі; тауарлар мен қызметтерді жылжыту</p> <p><b>Ептілігі болуы:</b> кәсіпорынның аймақтық еңбек бөлінісіндегі орнын, оның аймақтың дамуындағы рөлін анықтауды, кәсіпорынның даму тенденциялары мен перспективаларын анықтауды, кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштері жоспарының орындалуын талдауды; кәсіпорынды, оның ұйымдық-басқару және өндірістік құрылымдарын басқаруды, студенттің дипломдық жұмысының тақырыбымен тікелей байланысты мәселелермен айналысатын қызметті ұйымдастыруды талдауды жүргізуді, болашақ мамандардың білімі мен кәсіби даярлығын барабар бағалау мүмкіндігін қамтамасыз ететін жауап беруді.; нақты экономикалық жағдайда проблемаларды талдау және шешу үшін маркетингтік қызметтің негізгі ұғымдарын қолдану, нарықты әр түрлі қағидаттар және тауар, қызмет позициялау бойынша сегменттеуді жүргізу</p> <p><b>Дағдысы болуы:</b> шығарылатын өнімнің сапа деңгейі, өнімге сұраныс, сондай-ақ кәсіпорын шығаратын өнімнің бәсекеге қабілеттілігі бойынша кәсіпорын деректерін зерттеу, нақты тауарға немесе кәсіпорын қызметіне қатысты маркетинг кешенін әзірлеу, кәсіпорынның еңбек әлеуетін қалыптастыру және пайдалану; өз ойларын нақты және қисынды тұжырымдау, ұсынылатын шешімдерді көпшілік алдында қорғау, өз жауабында оқу және ғылыми әдебиеттің тиісті ережелеріне сілтемелерді пайдалану; өз көзқарасын қорғау; Кәсіпорын қызметінің</p> <p><b>Білікті болу:</b> маркетинг саласындағы ғылымның қазіргі жетістіктерімен байланысты мәселелерде; маркетинг тұжырымдамаларының эволюциясымен; кәсіпорынның маркетингтік бағдарының кәсіпорынның өндірістік – өткізу саясатынан айырмашылығы. кәсіпорын қызметінің жылдық есептерінде көрсетілген негізгі техникалық-экономикалық көрсеткіштерге талдау жүргізу әдістемесінде; олардың динамикасын зерттеу; кәсіпорынның даму үрдістері мен перспективаларын анықтау; маркетингтік қызметтің теориялық аспектілерінде деятельности.</p>
---	---	-----------	---	----------	-----------	---

**4. Білім беру бағдарламасы модульдерінің қимасында игерілген кредиттердің көлемін көрсететін жиынтық кесте**

Оқыту курсы	Семестр	Игерілген модульдер саны/мөлшері	Оқытылатын пәндер саны/мөлшері			Кредиттер саны									Барлық сағат саны	Саны/мөлшері/	
			МК	ЖООК	ТҚ	Емтихан	Оқу практикасы	Оқу-тәрбиелік практика	Психологиялық-педагогикалық практика	Педагогикалық практика	Өндірістік практика	Дипломалды практика	Қорытынды аттестация	Барлығы		Емтихан	Диф. сынақ (КЖ,КЖ)
1	1	4	3	3	-	30								30	900	4	2
	2		5	2	-	30	5							30	900	6	1
2	3	5	2	2	3	30								30	900	4	3
	4		3	2	2	30				5				30	900	6	2
3	5	7	-	2	4	30								30	900	5	1
	6		-	3	3	30				5				30	900	6	2
4	7	5	-	2	3	30								30	900	4	2
	8		1	1	2	18					5	12	30	900	3	-	
<b>Барлығы</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>228</b>	<b>5</b>				<b>10</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>240</b>	<b>7200</b>	<b>38</b>	<b>13</b>

## 1. ӘЗІРЛЕНГЕН

Құрастырушылар:

Кучер Валентина Николаевна, аға оқытушы

## 2. ТАЛҚЫЛАНДЫ

2.1 ИКМ кафедрасы мәжілісінде

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 жылғы, № \_\_\_ хаттама

Кафедра меңгерушісі \_\_\_\_\_ Стеблякова Л.П.

2.2 ФИЭМ факультетінің оқу-әдістемелік кеңес отырысында

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 жылғы, № \_\_\_ хаттама

Төраға \_\_\_\_\_ Кузнецова С.Э.

2.3 Модульдік білім беру бағдарламасы Ғылыми Кеңесте қарастырылып, бекітілді

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 жылғы, № \_\_\_ хаттама