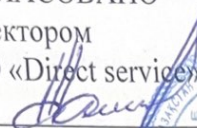


Некоммерческое акционерное общество
«Казахский национальный аграрный исследовательский университет»

СОГЛАСОВАНО

Директором
ТОО «Direct service»


«05» _____ Ж. Какен
2023 г.



УТВЕРЖДАЮ

Председатель Правления – Ректор


«05» _____ А. Куришбаев
2023 г.



СОГЛАСОВАНО

Директором
ТОО «BestService.Ltd»


«05» _____ Е. Оразбеков
2023 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«6B04106 – Маркетинг»

Присуждаемая степень: бакалавр бизнеса и управления по образовательной
программе «6B04106 – Маркетинг»

Обсуждена на заседании кафедры «Менеджмент и организация агробизнеса» имени Х.Д.Чурина
протокол № 08 от «17» 03 2023 г.

Заведующая кафедрой Гейсен Г.Бейсенова

Рассмотрена на заседании Академического комитета высшей школы «Бизнес и право»
протокол № 09 от «14» 03 2023 г.

Председатель АК М.Бейсенбаева М.Бейсенбаева

Рассмотрена Учебно-методическим советом университета и рекомендовано Ученому совету
протокол № 3 от «18» 03 2023 г.

Председатель УМС университета А.Кайырбаева А.Кайырбаева

Образовательная программа утверждена на заседании Ученого Совета КазНАИУ
протокол № 11 от «05» 04 2023 г.

Разработчики:

Декан Высшей школы «Бизнес и право»
Зав. кафедры «Менеджмент и организация агробизнеса» им. Х.Д.Чурина
к.э.н., профессор
Магистр, старший преподаватель
Магистр, старший преподаватель
Студент группы МК-21-14Р
Выпускник 2022 года

Работодатели:

Директор
ТОО «Direct service»
ТОО «BestService.Ltd»
Согласовано:

Начальник отдела проектирования образовательных программ

Начальник учебного отдела

Д.Ажинурина Д.Ажинурина

Г.Бейсенова Г.Бейсенова

К.Шалгимбаева К.Шалгимбаева

К.Тогжигитова К.Тогжигитова

К.Елтаева К.Елтаева

М.Ибраев М.Ибраев

А.Байдельдинова А.Байдельдинова

Ж. Какен Ж. Какен
Е. Оразбеков Е. Оразбеков

Ж. Кусаинова Ж. Кусаинова

А. Койшибаев А. Койшибаев

Область применения

Предназначен для осуществления подготовки бакалавров по образовательной программе «6В04106 - Маркетинг» в НАО «Казахский национальный аграрный университет»

Нормативные документы

«Об образовании» Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III;

Государственный общеобязательный стандарт высшего образования. Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 31 октября 2018 года № 604;

Классификатор направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием. Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 октября 2018 года № 569;

Типовые правила деятельности организаций образования, реализующих образовательные программы высшего и (или) послевузовского образования. Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 30 октября 2018 года № 595;

Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения. Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 20 апреля 2011 года № 152;

Алгоритм включения и исключения образовательных программ в Реестр образовательных программ высшего и послевузовского образования. Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан №665 от 4 декабря 2018года;

Профессиональный стандарт: «Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры». Приложение №7 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты Предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 27.12.2019 г. № 266.

Профессиональный стандарт: «Деятельность в сфере анализа рынков». Приложение № 89 к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 26.12.2019 г. №263

1. Паспорт образовательной программы

Код и классификация области образования	6B04 Бизнес, управление и право
Код и классификация направлений подготовки	6B041 Бизнес и управление
Код и наименование образовательной программы	6B04106 - Маркетинг
Вид образовательной программы	Действующая
Цель образовательной программы	Подготовка высококвалифицированных, креативных маркетологов, умеющих проводить маркетинговые исследования, создавать конкурентные преимущества, бренд и позиционирование компании, с использованием инноваций и цифровых медиа.
Уровень по МСКО	6
Уровень по НРК	6
Уровень по ОРК	6
Номер приложения к лицензии на направление подготовки кадров	KZ42LAA00006720 №012 от 05 июля 2019г.
Аккредитация ОП Наименование аккредитационного органа Срок действия аккредитации	
Присуждаемая степень	Бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе «6B04106 – Маркетинг»
Результаты обучения	Таблица 2
Перечень квалификаций и должностей	маркетологи-управленцы разного уровней, в том числе: руководитель компании, директор службы маркетинга, креативный директор, арт-директор, менеджер по стратегическому планированию рекламы, Affiliate-менеджер; маркетолог по продукту, маркетолог-аналитик, геомаркетолог, бренд-маркетолог, трейд-маркетолог, интернет-маркетолог, менеджер по работе с клиентами в рекламном агентстве, менеджер по рекламе, PR менеджер, медиапланер, тренд-вотчер, геомаркетолог.
Область профессиональной деятельности	- предприятия, организации и учреждения различной формы собственности и уровня управления; - государственные органы; - научно-исследовательские учреждения.
Сфера и объект профессиональной деятельности	бизнес-структуры, промышленное производство, организации и фирмы различных форм собственности, органы государственного управления, финансовые организации, проектные и научно-исследовательские институты, научно-производственные, образовательные учреждения.
Функции профессиональной деятельности	- организация эффективной службы маркетинга на предприятии; - разработка и принятие рациональных решений по комплексу маркетинга; - проведение маркетинговых исследований,

	сегментации рынка, продвижение товаров; - разработка и реализация маркетинговых стратегий, бюджета маркетинга и использование эффективных коммуникаций; - проведение маркетингового анализа и контроля; - разработка мероприятий по совершенствованию планирования, прогнозирования, управления товарными потоками, контроль затрат и прибыли; - управление и контроль маркетинговой деятельности предприятий; - продвижение продукции с помощью рекламы в точке оптовой торговли широким ассортиментом товаров; - определение стратегии и тактики сбыта; - организация исследований и анализ их результатов. - прогнозирование динамики важных для компании показателей. - разработка рекомендаций для их улучшения.
Виды профессиональной деятельности	1. Оценочные: - уметь критически оценивать с разных сторон (производственной, мотивационной, институциональной и др.) поведение экономических агентов на рынке, тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; - владеть навыками оценки эффективности маркетинга предприятий, системы управления маркетингом, его бюджетом, выбора целевого сегмента рынка, определения уровня конкурентоспособности; - уметь разрабатывать и оценивать варианты эффективных маркетинговых стратегий. 2. Конструктивные: - владеть знаниями в области маркетинга и торговли, умениями и навыками оптимизации деятельности, реализовывать новые идеи, находить нестандартные и альтернативные решения по маркетингу, быть способным к генерации новых идей, к критическому мышлению. - уметь формулировать проблему, креативно подойти к ее решению; владение методиками развития творческих способностей; умение творчески использовать накопленный опыт и создавать новые методики. - наличие высокой мотивации на решение творческих задач, способность креативно воспользоваться имеющимися знаниями, организовать творческую деятельность других участников маркетингового процесса. 3. Информационно-технологические:

	- владеть грамотной и развитой речью, владение родным и иностранными языками, знаниями в области технологии общения, стратегиями коммуникации, умениями и навыками конструктивного диалога, общения в поликультурном, полиэтническом и многоконфессиональном обществе; - уметь осуществлять сбор информации из различных источников, обрабатывать полученную первичную информацию путем реализации аналитических и коммуникативных навыков; - уметь применять и использовать информационные технологии в профессиональной деятельности, владеть навыками программирования с использованием современных инструментальных средств; - иметь прочные знания в области кодекса корпоративной этики, техники ведения переговоров, а также основ бизнес-коммуникации.
Иметь навыки	- владеть государственным, русским и одним из иностранных языков, как средством коммуникации в рамках сложившейся специализированной терминологии профессионального международного общения; - владеть основными способами и средствами информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации маркетинговой информации; - осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных маркетинговых задач; - проводить библиографическую и информационно-поисковую работу с последующим использованием данных при решении профессиональных задач и оформлении научных статей, информационных обзоров, аналитических отчетов; - решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; - анализировать и интерпретировать показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на отечественном и мировом рынке продовольствия; - находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых форм бизнеса и продуктов; - критически оценить предлагаемые варианты

	управленческих решений по продвижению товаров, совершенствовать стратегии маркетинга с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных последствий; - организовать эффективную службу маркетинга на предприятии; - разработать и реализовать маркетинговые стратегии, карты позиционирования товаров на рынке, выбирать целевые рынки; - разработать и контролировать бюджет маркетинга; - разработать и реализовать эффективную ценовую, товарную, коммуникационную политику; - создавать положительный имидж предприятий, бренды и продвигать их на отечественном и на международном рынке.
--	---

2. Результаты обучения по ОП Маркетинг

Коды	Результаты обучения
PO1	Демонстрировать знание и понимание в области естественнонаучных дисциплин, правовой, антикоррупционной, экологической, предпринимательской и экономической культуры, принципов академической честности и основных методов научных исследований
PO2	Знать методы и особенности построения микро – макроэкономических моделей ведущих школ экономической науки, резервы повышения эффективности деятельности организации, закономерности функционирования экономики.
PO3	Объяснять фундаментальные проблемы функционирования рыночной экономики, формулировать аргументы и решать проблемы в области маркетинга, менеджмента
PO4	Осуществлять интерпретацию информации для готовности управления человеческими ресурсами с помощью приемов мобильности, компромисса и согласования с мнением коллектива, принятия стандартных и нестандартных решений в продвижении товаров в ситуациях риска с учетом социальных, этических и научных соображений.
PO5	Сравнивать результативность принимаемых маркетинговых решений по организации производства и сбыта продукции в зависимости от фазы его жизненного цикла на рынке
PO6	Применять теоретические, практические знания принципов и функций маркетинга, ценовых стратегий и методов ценообразования, целей и средств маркетинговой коммуникации, основ рекламной деятельности для решения учебно-практических и профессиональных задач
PO7	Использовать нормативные правовые акты в экономической сфере, знания принципов бухгалтерского учета, налогообложения и финансового менеджмента, проводить маркетинговые исследования финансового рынка и рынка банковских услуг.
PO8	Владеть инструментами маркетинга для анализа маркетинговой деятельности и предвидеть рискованные ситуации. Разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных рисков
PO9	Владеть навыками необходимыми для проведения маркетинговых исследований, стратегического анализа, создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в условиях цифровой экономики, умение вести деловое общение и поддерживать электронные коммуникации
PO10	Определять состояние и основные тенденции, изменения конъюнктуры мировых рынков, их влияние на развитие национальных хозяйств и экономическую безопасность. Применять концепции для различных форм рыночной активности с учетом различий в других странах
PO11	Применять знания и понимание фактов, явлений, сложных зависимостей между ними в области маркетинга и разрабатывать маркетинговые планы и стратегии развития компании посредством использования интернет-технологий
PO12	Владеть стратегическими и тактическими маркетинговыми планами, обеспечивающие развитие и продвижение инновационной продукции.

[illegible]

[illegible]

10	ЖК	Mik/Mic 1202	Микроэкономика/ Microeconomics	6	180	18	42			30	90		6						2	экзамен
11	ЖК	Mak/ Mac 2205	Макроэкономика/ Macroeconomics	6	180	18	42			30	90			6					2	экзамен
12	ЖК	EIT/ IEU / HES 1203	Экономикалық ілімдер тарихы / История экономических учений/ History of Economic Sciences	5	150	15	35			25	75		5						2	экзамен
13	ЖК	OP/UP/TP 1204	Оқу практикасы/ Учебная практика/ Traning practice	2	60				20		40		2						2	диф. зачет
Модуль 2. Экономический анализ				10	300	30	70			50	150			10						
14	ЖК	Sta 2206	Статистика/ Statistics	5	150	15	35			25	75			5					1	экзамен
15	ЖК	Eko/Eco 2208	Эконометрика/ Econometrics	5	150	15	35			25	75			5					9	экзамен
Модуль 3. Мобильный маркетинг и менеджмент				26	780	63	147		50	105	415			6	15	5				
16	БК	Mar 2209	Маркетинг / Marketing	6	180	18	42			30	90			6					2	экзамен
17	БК	Men 2210	Менеджмент/ Management	5	150	15	35			25	75				5				2	экзамен
18	БК	HE/ ME/ IE 2212	Халықаралық экономика/ Международная экономика/ International Economy	5	150	15	35			25	75				5					
19	КВ	IM 3217	Интернет маркетинг/ Internet marketing	5	150	15	35			25	75					5			9	экзамен
		Log 3217	Логистика/ Логистика																	
20	БК	OP/PP 2213	Өндірістік практика/Производственна я практика/ Productional Practice	5	150				50		100				5				2	диф. зачет
Модуль 4. Современные финансы и учет				26	780	78	182			130	390			6	5	15				
21	БК	BE/BU/Ac с 2211	Бухгалтерлік есеп/Бухгалтерский учет/ Accounting	5	150	15	35			25	75				5				1	экзамен
22	БК	Kar/Fin 2207	Қаржы/Финансы/ Finance	6	180	18	42			30	90			6					1	экзамен
23	КВ	BBS/CCP	Баға және баға	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен

		3214	саясаты/Цена и ценовая политика/ Price and pricing policy																	
		Kbk/KP/C E 3214	Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі/Конкурентоспособность предприятия/ Competitiveness of the enterprise																	
24	KB	SSS/NN/T T 3215	Салық және салық салу/Налоги и налогообложение/ Taxes and taxation	5	150	15	35			25	75				5				1	экзамен
		SE/NU/TA 3215	Салық есебі/Налоговый учет/ Tax accounting																	
25	KB	MAS/SPG/SPS 3216	Мемлекеттің әлеуметтік саясаты/Социальная политика государства/ Social policy of the state	5	150	15	35			25	75				5				1	экзамен
		ES/EP 3216	Экономикалық саясат/Экономическая политика/ Economic policy																	
Модуль 5. Международная торговля и аграрная политика				30	900	75	175		50	125	475				5	25				
26	KB	DKB/AU/CM 3218	Дағдарысқа қарсы басқару/Антикризисное управление/ Crisis management	5	150	15	35			25	75				5				2	экзамен
		EK/EB/ES 3218	Экономикалық қауіпсіздік/Экономическая безопасность/ Economic security																	
27	KB	BUOV\BO 3219	Бизнесті ұйымдастыру/ Организация бизнеса/ Business organization	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		MB/GB/G B 3219	Мемлекет және бизнес/Государство и бизнес/ Government and business																	
	KB	SMB/UTM	Сауда маркаларын	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен

28		/TM 3220	басқару/Управление торговыми марками/ Trademark Management																		
		HВ/MB/IB 3220	Халықаралық бизнес/Международный бизнес/ International business																		
29	KB	BM 3221	Бренд маркетинг/ Brand marketing	5	150	15	35			25	75						5			2	экзамен
		ZhM/GM 3221	Жаһандық маркетинг/Глобальный маркетинг/ Global Marketing																		
30	KB	HM/MM/I M 3222	Халықаралық маркетинг/Международны й маркетинг/ International marketing	5	150	15	35			25	75						5			2	экзамен
		HS/MT/IT 3322	Халықаралық сауда/Международная торговля/ International trade																		
31	BK	OP/PP 3223	Өндірістік практика/Производственна я практика/Productional Practice	5	150			50		100							5			2	диф. зачет
ПД		Цикл профилирующих дисциплин		62	1860	162	378	80	270	970							5	5	30	22	
Модуль 6. Управление маркетингом и торговлей				25	750	75	175			125	375						5	5	15		
32	BK	KE/EP/EE 3301	Кәсіпорын экономикасы/Экономика предприятия/ Economics of enterprise	5	150	15	35			25	75						5			2	экзамен
33	BK	KSB/UKP/ QME 3302	Кәсіпорында сапаны басқару/Управление качеством на предприятий/ Quality management at the enterprise	5	150	15	35			25	75						5			2	экзамен
34	KB	MB/UM/M M 4305	Маркетингі басқару/Управление маркетингом/ Marketing Management	5	150	15	35			25	75							5		2	экзамен
		AM 4305	Аграрлық маркетинг/Аграрный																		

			маркетинг/ Agricultural marketing																		
35	KB	MK/MC 4306	Маркетингтік коммуникациялар/Маркетинговые коммуникации/ Marketing communications	5	150	15	35			25	75							5		2	экзамен
		AM/MA/AM 4306	Агротуризм маркетингі/Маркетинг агротуризма/ Agrotourism marketing																		
36	KB	SM/MO/MI 4307	Салалар маркетингі/Маркетинг в отраслях/ Marketing in industries	5	150	15	35			25	75							5		2	экзамен
		SE/EO/IE 4307	Салалар экономикасы/Экономика отрасли/ Industry economics																		
Модуль 7. Стратегия маркетинга				37	1110	87	203		80	145	595							15	22		
37	BK	BE 4303	Бизнес этика/ Business Ethics	5	150	15	35			25	75							5		2	экзамен
38	BK	MZ/MI/MR 4304	Маркетингтік зерттеулер/Маркетинговые исследования/ Marketing research	6	180	18	42			30	90							6		2	емтихан
39	KB	SM 4308	Стратегиялық маркетинг/ Стратегический маркетинг/ Strategic marketing	6	180	18	42			30	90								6	2	экзамен
		KB/KU/CG 4308	Корпоративтік басқару/ Корпоративное управление/ Corporate governance																		
40	KB	OM/PM/IM 4309	Өнеркәсіптік маркетинг/Промышленный маркетинг/ Industrial Marketing	6	180	18	42			30	90								6	2	экзамен
		IM 4309	Инновациялық маркетинг/ Инновационный маркетинг/ Innovative marketing																		
41	KB	KM/MU/MS 4310	Қызмет маркетингі/Маркетинг услуг/ Marketing of services	6	180	18	42			30	90								6	2	экзамен

		ВМ 4310	Банкітк маркетинг Банковский маркетинг/ Banking marketing																	
42	ВК	ОР/РР 4311	Өндірістік практика/ Производственная практика / Productional Practice	4	120			40		80							4		2	Диф.зачет
		КР/РР																		
43	КВ	КР/РР 4312	Кәсіби практика / Профессиональная практика / Professional practice	4	120			40		80								4	2	диф. зачет
44		Итоговый модуль		8	240			80		160								8		
		Итоговая аттестация		8	240			80		160								8		
		Итого:		242	7260	558	1742		280	1030	3650	30	30	30	32	30	30	30	30	

¹Примечание:

Номер кафедр ы	СОКР	Наименование кафедры
1	УАиФ	Учет, аудит и финансы
2	МиОА	Менеджмент и организация агробизнеса имени Х.Д. Чурина
3	Право	Право
4	ВРиМ	Водные ресурсы и мелиорация
5	МИ	Машиноиспользование
6	ПО	Профессиональное обучение
7	МиКСхТ	Механика и конструирование сельскохозяйственной техники"
8	АТТ	Аграрная техника и технология
9	ИТиА	IT-технологии и автоматизация
10	ЭиА	Энергосбережение и автоматика
11	ЗРиК	Земельные ресурсы и кадастр
12	ЛРиО	Лесные ресурсы и охотоведение
13	ЗРиК	Защита растений и карантин
14	Ин.яз.	Иностранных языков
15	КиРЯ	Казахский и русский языки
16	ПиА	Почвоведение и агрохимия
17	Экол	Экология
18	ПВиОВ	Плодоовощеводство и ореховодство
19	Агр	Агрономия
20	ББ	Биологическая безопасность
21	КВМ	Клиническая ветеринарная медицина
22	АХиБВЖ	Акушерства, хирургии и биотехнология воспроизводства животных
23	МВиИ	Микробиология, вирусология и иммунология
24	ВСЭиГ	Ветеринарно-санитарная экспертиза и гигиена
25	ТиБПП	Технология и безопасность пищевых продуктов
26	ППиРХ	Пчеловодство, птицеводство и рыбное хозяйство
27	ТППЖ	Технология производства продукции животноводства
28	ФМиБ	«Физиология, морфология и биохимия» им. Н.О. Базановой
29	ИКиКНК	История Казахстана и культура народов Казахстана
30	Физра	Физическое воспитание и спорт
31	Военка	Военная кафедра
32	ГСиб	Генетика, селекция и биотехнология

4. Карта компетенции модулей

№	Модуль	Общеобразовательные компетенции	Результаты обучения
КК1	Модуль. Гуманитарный и языковой	направлены на формирование фундаментальных источниковедческих и историографических материалов, а также для достижения современной исторической науки Казахстана; на определение роли истории Казахстана в системе гуманитарного знания; на выявление специфики объекта и предмета истории Казахстана для анализа актуальных проблем современного этапа развития; на создание научно-обоснованной концепции истории Казахстана, основанной на целостном и объективном освещении основных этапов этногенеза казахского народа, эволюции форм государственности и цивилизации на территории Великой степи; на систематизацию знаний об основных событиях современной истории Казахстана.	- демонстрировать знание и понимание основных этапов развития истории Казахстана; - соотносить явления и события исторического прошлого с общей парадигмой всемирно-исторического развития человеческого общества посредством критического анализа; - владеть навыками аналитического и аксиологического анализа при изучении исторических процессов и явлений современного Казахстана; - уметь объективно и всесторонне осмысливать имманентные особенности современной казахстанской модели развития; - систематизировать и давать критическую оценку историческим явлениям и процессам истории Казахстана.
КК2		формируют систему общих компетенций, обеспечивающих социально-культурное развитие личности будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций;	- оценивать окружающую действительность на основе мировоззренческих позиций, сформированных знанием основ философии, которые обеспечивают научное осмысление и изучение природного и социального мира методами научного и философского познания; - интерпретировать содержание и специфические особенности мифологического, религиозного и научного мировоззрения; - аргументировать собственную оценку всему происходящему в социальной и производственной сферах;
КК3		развивают способности к межличностному социальному и профессиональному общению на государственном, русском и иностранном языках;	- вступать в коммуникацию в устной и письменной формах на казахском, русском и иностранном языках для решения задач межличностного, межкультурного и производственного (профессионального) общения; - осуществлять использование языковых и речевых средств на основе системы грамматического знания; анализировать информацию в соответствии с ситуацией общения;
КК4	Модуль. Профессиональ	способствуют развитию информационной грамотности	- оценивать действия и поступки участников коммуникации.

	НО-коммуникативный	через овладение и использование современных информационно-коммуникационных технологий во всех сферах своей жизни и деятельности;	- использовать в личной деятельности различные виды информационно-коммуникационных технологий: интернет-ресурсы, облачные и мобильные сервисы по поиску, хранению, обработке, защите и распространению информации;
КК5		Иметь нетерпимое отношение к коррупционному поведению, уважительно относится к праву и закону.	- анализировать события и действия с точки зрения области правового регулирования и уметь обращаться к необходимым нормативным актам; - ориентироваться в действующем законодательстве; - используя закон, защищать свои права и интересы, - осуществлять профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, правового мышления и правовой культуры; - принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом. - обладать достаточным уровнем правосознания; - уметь оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической точки зрения; - применять нравственные правила и нормы поведения в конкретных жизненных ситуациях.
КК6		Быть компетентным в анализировании и восприятии информации в соответствии с базовыми знаниями экономики; в использовании основ экономических знаний в различных сферах деятельности; в применении полученных знаний для решения ситуационных и практических задач, в применении нормативно-правовых актов, теоретических положений и норм права в практической деятельности.	- знать фундаментальные проблемы функционирования экономики, механизм действия и проявления экономических законов, а также основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки; - знать современное состояние и тенденции развития международной экономики; - владеть экономическими терминами и категориями, использовать их в своей учебной деятельности; - понимать и знать основные события мировой и отечественной экономической истории, курс происходящих реформ в свете реализации Стратегии «Казахстан - 2050», тенденции развития в сфере современного бизнеса; - различать и сравнивать поведение рыночных агентов в различных типах рыночных структурах; - объяснять взаимодействие экономических агентов на макроэкономических рынках; - сравнить результативность макроэкономической политики в различных странах; - аргументировать собственные взгляды на современные макроэкономические

			явления; - использовать на практике полученные знания для оценки результатов проводимых экономических реформ в Казахстане. -знать права, свободы, обязанности человека и гражданина; -знать основные действующие нормативно-правовые акты Республики Казахстан и уметь их правильно толковать; -знать международное законодательство; -знать систему органов государственного управления, круг их полномочий; -понимать механизм взаимодействия материального и процессуального права; - понимать роль и значение права в жизни современного общества; -уметь ориентироваться в действующем законодательстве -уметь использовать нормы закона, защищать свои права и законные интересы.
КК7		Быть компетентным в области применения методов реализации малоотходных производств и оценки экологической эффективности хозяйственной деятельности.	- знать содержания основных терминов в области экологии, рационального природопользования; современных глобальных и региональных экологических проблем и путей их решения; - уметь применять экологические знания для решения и прогнозирования возможных экологических проблем; - применять методы реализации малоотходных производств и оценки экологической эффективности хозяйственной деятельности. - устанавливать причинно-следственные связи между явлениями, возникающими в природе и обществе, - применять экологические знания для решения и прогнозирования возможных экологических проблем.
КК8		Способствуют умению применять полученные знания для решения вопросов безопасности и надежности эксплуатации машин и оборудования и знание вопросов социальной защиты работников	- знать основные законодательные акты по производственной безопасности, охране труда, охране окружающей среды и гражданской защите; - применять полученные знаний для решения вопросов безопасности и надежности эксплуатации машин и оборудования; - способность оценивать технику и технологическое оборудования с точки зрения подверженности нештатным ситуациям.
КК9	Модуль. Социально-политических знаний и здоровый образ	формируют навыки саморазвития и образования в течение всей жизни;	- давать оценку ситуациям в различных сферах межличностной, социальной и профессиональной коммуникации с учетом базового знания социологии, политологии, культурологи и психологии;

	ЖИЗНИ		- синтезировать знания данных наук как современного продукта интегративных процессов; - использовать научные методы и приемы исследования конкретной науки, а также всего социально-политического кластера; - вырабатывать собственную нравственную и гражданскую позицию; - оперировать общественными, деловыми, культурными, правовыми и этическими нормами казахстанского общества; - демонстрировать личностную и профессиональную конкурентоспособность; - применять на практике знания в области общественно-гуманитарных наук, имеющего мировое признание; - осуществлять выбор методологии и анализа; - обобщать результаты исследования; - синтезировать новое знание и презентовать его в виде гуманитарной общественно значимой продукции;
		формируют личность, способную к мобильности в современном мире, критическому мышлению и физическому самосовершенствованию.	- выстраивать личную образовательную траекторию в течение всей жизни для саморазвития и карьерного роста, ориентироваться на здоровый образ жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности посредством методов и средств физической культуры.
		Базовые компетенции	Результаты обучения
КК1 0	Ведение в экономику	Быть компетентным к анализу и восприятию информации в соответствии с базовыми знаниями экономики; использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; способным применять полученные знания при решении ситуационных и практических задач.	- знать фундаментальные проблемы функционирования экономики, механизм действия и проявления экономических законов, а также основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки; - владеть экономическими терминами и категориями, использовать их в своей учебной деятельности; - понимать и знать основные события мировой и отечественной экономической истории, курс происходящих реформ в свете реализации Стратегии «Казахстан-2050», тенденции развития в сфере современного бизнеса; - различать и сравнивать поведение рыночных агентов в различных типах рыночных структурах; - объяснять взаимодействие экономических агентов на макроэкономических рынках; - сравнить результативность

			макроэкономической политики в различных странах; - аргументировать собственные взгляды на современные макроэкономические явления; - использовать на практике полученные знания для оценки экономической ситуации в мире; - знать основные этапы развития экономики Казахстана.
КК1 1	Экономический анализ	Способность сбора и обработки массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать и интерпретировать экономическую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий и субъектов рынка, использовать полученные сведения для принятия управленческих решений.	- знать математические методы, применяемые для обработки и анализа статистических данных; - проводить расчеты на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы макроэкономических и социально-экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов; - анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - строить математические модели социально-экономических явлений и процессов, и оценивать роли отдельных факторов в изменении этих явлений в пространстве и времени; - прогнозировать социально-экономические ситуации на основе анализа текущих статистических данных; - строить математические модели экономических ситуаций, содержащих элементы риска и неопределенности, на основе вербального описания ситуации; - давать оценку и проводить сравнительный анализ эффективности решений в ситуациях риска и неопределенности на основе их вероятностных характеристик.
КК1 2	Мобильный маркетинг и менеджмент	Вести маркетинговую и управленческую деятельность на основе грамотного построения коммуникации в устной и письменной форме, исходя из целей и ситуации профессионального общения, являющихся залогом трудоустройства и обеспечения собственного карьерного роста молодых маркетологов.	- знать основные понятия, цели, задачи, принципы маркетинга; - иметь навыки разработки комплекса маркетинга на разных рынках; - иметь навыки разработки и реализации маркетинговых планов для субъектов на разных рынках; - знать основные понятия, цели, задачи, принципы, методы менеджмента; - иметь навыки общения и работы в команде, лидера и руководителя организации;

			- умение организовывать работу и управлять человеческими ресурсами, владеть приемами мобильности; находить компромиссы, соотносить свое мнение с мнением коллектива; - знать основные признаки жанров академического письма: эссе, аннотация, реферат, рецензия; - анализировать эссе и научные статьи; - владеть практическими навыками поиска авторитетных статей в электронных ресурсах; - самостоятельно создавать аннотации абстракта в научных статьях и монографиях, а также в рецензиях и эссе; - представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи доклада или презентации; - иллюстрировать навыки формирования наглядного материала для бизнес-презентаций с использованием PowerPoint на английском языке; - разработать эффективную схему товародвижения; - проводить управление, оценку и конт-роль эффективности всей логистической системы; - строить эффективный Интернет-маркетинг.
КК1 3	Современные финансы и учет	Способность анали-зировать бухгалтер-скую и финансовую информацию с по-мощью пакета про-грамм, разработать и реализовать ценовую политику пред-приятия на рынке.	- осуществлять документирование хозяйственных операций; - проводить учет денежных средств; - разрабатывать рабочий план счетов бухгалтерского учета организации и формировать на его основе бухгал-терские проводки; - составлять финансовые планы органи-зации; - обеспечивать осуществление финансо-вых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления; - принимать решения финансового характера, адекватные экономической ситуации в стране; - знать Налоговый кодекс Республики Казахстан, а также стран-участниц торгового процесса аграрными товарами;

			- уметь анализировать информацию об изменениях курсов валют и на этой основе прогнозировать тенденции изменения валютных курсов ведущих резервных валют; - обосновывать выбор форм международных расчетов для участников внешнеэкономической деятельности; - разрабатывать ценовую политику предприятий; - устанавливать конкурентную цену на продукцию; - исследовать финансовые операции предприятия.
КК1 4	Международная торговля и аграрная политика	Способность анализировать, аргументировать и обосновывать маркетинговые решения на мировом рынке аграрной продукции с учетом экономической политики стран и тенденций развития международной торговли.	- знать современное состояние и тенденции развития международной экономики; - знать принципы и методы разработки и реализации маркетингового плана предприятия на международном уровне; - знать когда, как и в какой мере осуществляется вмешательство государства в социально-экономические процессы; - иметь целостное представление о месте, роли и функциях государства в современном обществе; - выявлять политико-экономические проблемы при анализе конкретных социо-хозяйственных ситуаций и макроэкономических тенденций; - предлагать способы решения маркетинговых задач на международном рынке и оценивать ожидаемые результаты; - формулировать стратегии устойчивого развития экономики; - анализировать и обосновывать экономическую политику государства - обосновывать способы наиболее эффективного использования ресурсов и сокращения затрат труда и средств на производство единицы продукции в АПК и направления эффективного использования ресурсов; - понимать и критически анализировать сущность и содержание аграрной политики стран; - знать принципы и особенности формирования и продвижения брендов на внутреннем и внешнем рынках;

			- анализировать вклад государств в развитие интеграционных процессов на внутреннем рынке; - использовать инновационные методы формирования и продвижения брендов на рынках; - знать виды предпринимательства, их роль в обществе и аспекты социально-экономической ответственности предпринимателя; - анализировать развитие промышленности.
		Профессиональные компетенции	Результаты обучения
КК1 5	Управление маркетингом и торговлей	Проводить маркетинговые исследования и анализ, управлять маркетинговой деятельностью и торговлей на разных рынках, иметь способность к инициативе и предпринимательству.	- демонстрировать знания особенностей сбора маркетинговой информации исходя из целей маркетинговых исследований; - обосновать необходимость применения того или иного метода маркетинговых исследований; - разработать инструменты и проводить маркетинговые исследования различных объектов с использованием наиболее приемлемых методов; - иметь целостное представление о принципах, формах и методах управления маркетингом; - использовать средства и методы управления маркетинговыми программами и интегрированными маркетинговыми коммуникациями; - использовать эффективные формы и методы управления маркетинговой деятельностью предприятия; - составлять матрицу и проводить SWOT-анализ, на основе его результатов дать предложения для успешной реализации маркетинговых решений; - знать особенности аграрного маркетинга и типы позиционирования продовольственных товаров; - знать основы товароведения и организации торговли на разных рынках; - составлять и обосновать схему агротуристических маршрутов для клиентов; - рассчитать смету расходов по каждому агротуристическому маршруту; - учитывать особенности индустрии

			гостеприимства; - составлять и размещать рекламу агротуристической продукции в СМИ; - знать принципы, особенности и методы управления, применяемые в междуна-родной экономике; - разрабатывать рациональные рекомендации по развитию торговли аграрными товарами в разных странах. - выявлять конкурентные преимущества фирмы на рынке; - принимать управленческие решения по маркетингу на международном уровне и нести за них ответственность; - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятия (организации, корпорации) и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; - профессионально решать практические вопросы экономической деятельности предприятия и организации, выбирать варианты наиболее эффективного развития хозяйствующего субъекта; - разрабатывать и выписывать все необходимые документы по товарообороту, поиск путей снижения расходов и потерь при складировании и хранении продукции.
КК1 6	Стратегия маркетинга	Способность построения и реализации эффективной стратегии маркетинга компании на между-народном рынке с использованием наиболее эффективных средств и каналов маркетинговой коммуникации.	- организовать и проводить мероприятия PR и продвижения с учетом рыночной ситуации; - планировать и реализовать PR кампанию, оценить ее результаты; - выбирать эффективные средства и каналы маркетинговых коммуникаций для фирмы; - разработать бюджет и проводить эффективную коммуникационную политику фирмы; - планировать и организовать реклам-ную деятельность компании, оценить ее результаты и принять стратегические решения; - демонстрировать знания особеннос-тей формирования ресурсов аграрного рынка и стратегии агромаркетинга на различных рынках; - проводить контроль качества и оцен-ку конкурентоспособности

			сельскохозяйственной продукции на рынке; - анализировать динамику развития отраслей АПК и тенденции развития производства продовольствия в странах; - уметь анализировать конъюнктуру мирового рынка продовольствия; - строить сценарии успешного развития агропродовольственного сектора страны в условиях интеграции; - разбираться в важнейших проблемах на мировом рынке продовольственных товаров, затрагивающих, прежде всего, интересы и позиции Казахстана, знать генезис этих проблем, уметь прогнозировать их развитие; - использовать теоретические знания и практические навыки для решения соответствующих профессиональных задач в области международной торговли продовольствием; - находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; - разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т. п.); - оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; - составлять стратегические планы развития предприятия и отраслей при различных условиях инвестирования и финансирования; - планировать и реализовать маркетинговые мероприятия на краткосрочный и долгосрочный периоды с учетом конъюнктуры рынка; - использовать методы маркетингового анализа в промышленных предприятиях с учетом их особенностей; - проводить сегментацию рынка товаров производственного назначения, выбор поставщиков средств производства; - проводить маркетинговые исследования рынка товаров производственного назначения и выбирать целевые рынки для
--	--	--	---

			реализации стратегии фирмы; - разработать маркетинговую стратегию фирмы с учетом современных черт стратегического маркетинга как глобализм, инновационность, интегрированность; - применять различные стратегии, в том числе стратегию «продукт-рынок»; - знать основы международного аграрного права, особенности казахстанской правовой системы и казахстанского законодательства, а также принципы организации торговли аграрной продукцией в Республике Казахстан; - толковать и применять международные правовые нормы к конкретным производственным ситуациям, юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства; - ориентироваться в специальной юридической литературе; - обладать навыками работы со справочно-правовыми системами, базами данных государственных органов; - использовать и адаптировать передовой практический опыт маркетинга.
--	--	--	--

Сведения о дисциплинах

№	Наименование дисциплины	Краткое описание дисциплины (30-50 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые компетенции (коды)
Цикл общеобразовательных дисциплин /Обязательный компонент				
1	История Казахстана	Изучение курса направлено на формирование у студентов концепции современной истории Отечества, основанной на целостном и объективном освещении проблем этногенеза казахского народа, эволюции форм государственности и цивилизации на территории Великой степи и совокупности наиболее значимых исторических фактов и событий. Систематизация исторических знаний об основных событиях современной истории, формирующих научное мировоззрение и гражданскую позицию. Создание идеологической и духовной основы для консолидации полиэт-нического и поликонфессионального казахстанского общества.	5	КК 1
2	Философия	Курс направлен на формирование у студентов представления о философии как особой форме познания мира, об основных ее разделах, проблемах и методах, а также навыков самоанализа и нравственной саморегуляции, развитие научно-исследовательских способностей и формирование интеллектуального и творческого потенциала. Особое внимание уделяется проблемам сохранения национальной идентичности, усвоению таких ключевых мировоззренческих понятий как справедливость, достоинство и свобода и роли философии в модернизации общественного сознания и решении глобальных задач современности.	5	КК 2
3	Иностранный язык	Обучение иностранному языку ставит задачи на развитие иноязычной коммуникативной компетенции в совокупности ее составляющих: <i>речевая компетенция</i> – развитие коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности; <i>языковая компетенция</i> – овладение новыми языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими; <i>социокультурная компетенция</i> – формирование умения представлять свою страну, ее культуру; <i>учебно-познавательная компетенция</i> – ознакомление с доступными обучающимся способами и приемами самостоятельного изучения языков и культур.	10	КК 3

4	Казахский (Русский) язык	Дисциплина предназначена для развития языковой личности обучающегося, способного осуществлять когнитивную и коммуникативную деятельность на русском языке в сферах межличностного, социального, профессионального, межкультурного общения в контексте реализации государственных программ трехязычия и духовной модернизации национального сознания. Дисциплина предполагает успешное овладение видами речевой деятельности в соответствии с уровневой подготовкой	10	КК 3
5	Информационно-коммуникационные технологии (на английском языке)	Формирование способности критически оценивать и анализировать процессы, методы поиска, хранения и обработки информации, способы сбора и передачи информации посредством цифровых технологий. Освоение обучающимися концептуальных основ архитектуры компьютерных систем, операционных систем и сетей. Формирование знаний о концепциях разработки сетевых и веб приложений, инструментах обеспечения информационной безопасности.	5	КК 1, КК 4
Модуль социально-политических знаний (социология, политология, культурология, психология)				
6	Социология	изучает общество, раскрывая внутренние механизмы его строения и развития его структур (структурных элементов: социальных общностей, институтов, организаций и групп); закономерности социальных действий и массового поведения людей, а также отношения между личностью и обществом. Социология объясняет социальные явления, собирает и обобщает информацию о них.	2	КК2, КК5
	Политология	наука о политике, о закономерностях возникновения политических явлений (институтов, отношений, процессов), о способах и формах их функционирования и развития, о методах управления политическими процессами, о политическом сознании, культуре и т. д.	2	КК2, КК5
	Культурология	учения о культуре, ее истории, сущности, закономерностях функционирования и развития, которые можно найти в трудах ученых, представляющих различные варианты осмысления феномена культуры. Кроме того, культурологические науки занимаются изучением системы культурных институтов, с помощью которых осуществляются воспитание и образование человека и которые производят, хранят и передают культурную информацию.	2	КК2, КК5
	Психология	Психология – это наука, целью которой является изучение механизмов функционирования человеческой психики. Она рассматривает закономерности поведения	2	КК2, КК5

		людей в различных ситуациях, возникающие при этом мысли, чувства и переживания. Психология – это то, что помогает нам глубже познать себя, разобраться в своих проблемах и их причинах, осознать свои недостатки и сильные стороны. Ее изучение способствуют развитию в человеке моральных качеств и нравственности.		
7	Физическая культура	Дисциплина охватывает круг вопросов, связанных с физической культурой, как частью общечеловеческой культуры, здоровым образом жизни, его основных составляющих, социально-биологическими основами адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, подготовкой к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом, возрастной физиологией, самоконтролем за физическим состоянием, психофизической основой физической культуры и спорта, гигиеной.	8	КК 9
Цикл общеобразовательных дисциплин /Компонент по выбору				
8	Право и антикоррупционная культура	Курс позволит усвоить понятия и содержание права и профессиональной этики в юридической деятельности, возможные пути разрешения нравственных конфликтных ситуаций в профессиональной деятельности юриста; уметь оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической точки зрения, применять нравственные правила и нормы поведения в конкретных жизненных ситуациях	5	КК 7 – РО 1, РО 7
	Экология	Курс дает теоретические знания в области экологии, способствует повышению экологической грамотности студентов, формирует экологическое мышление, а также способности применять эти знания в профессиональной и иной деятельности.	5	КК 8 – РО 1, РО 11
	Безопасность жизнедеятельности	Курс формирует профессиональную культуру безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности.	5	КК 9 – РО 1, РО 10
	Методы научных исследований	В результате изучения теоретического курса студент должен освоить методологию и методику научных исследований, уметь выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления. В результате освоения дисциплины обучающийся приобретет навыки изложения научных материалов и формирования текста научной работы. Знания, полученные при изучении курса, необходимы для последующего изучения дисциплин профессионального цикла, прохождения профессиональных практик, подготовки выпускной квалификационной	5	КК 11 - РО 1

		работы.		
	Предпринимательство	Предмет «Предпринимательство» научит вырабатывать правильные компетенции, которые пригодятся в жизни любому предпринимателю, понять, как правильно создавать команду для своего проекта, узнать, как можно выбрать верную бизнес-идею, опираясь на потребности рынка, разработать бизнес-модель и составить бизнес-план для старта своего бизнеса.	5	КК 10 - РО 1
	Экономика	Содержание дисциплины «Экономика» направлено на освоение основных знаний об экономической жизни общества, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, отдельных предприятий и государства. Предмет способствует развитию экономического мышления у студентов и умение принимать рациональные решения при ограниченности природных ресурсов. Дисциплина способствует формированию готовности использовать приобретенные знания о функционировании экономики для ориентации в выборе профессии и дальнейшего образования.	5	КК 10 - РО 1, РО 2
Цикл базовых дисциплин /Вузовский компонент				
9	Экономическая теория	Дисциплина изучает поведение индивидов и институтов, занимающихся производством и обменом, распределением, а также и потреблением товаров и услуг. Рассматривает фундаментальные проблемы функционирования экономики, эволюцию социально-экономического развития общества, закономерности индивидуального воспроизводства, воспроизводство на уровне национальной экономики и мирового хозяйства.	5	КК 10 - РО2, РО3
10	Микроэкономика	Дисциплина формирует научно-экономическое мировоззрение, умение анализировать экономические ситуаций и закономерности поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики. Наука о рациональном принятии решений при ограниченности ресурсов. Рассматриваются законы и закономерности поведения двух основных агентов рынка – домохозяйства и фирм. Изучается специфика поведения фирмы в различных рыночных структурах, а также особенности рынков различных видов экономических ресурсов: труда, земли и капитала.	6	КК 10 - РО2, РО3
11	Макроэкономика	Отрасль экономической науки, изучающая функционирование и развитие национального хозяйства страны, анализирующая наиболее актуальные проблемы экономики, воздействие экономической политики государства на экономическую жизнь общества. Курс способствует освоению макроэкономической концепции и модели: приобретение	5	КК 10 - РО2, РО3

		практических навыков анализа и интерпретации показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления на макроуровне в области бюджетно-налоговой, кредитно-денежной и инвестиционной политики.		
12	История экономических учений	Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием мировой экономической мысли, с характером и многообразием современного экономического знания, его взаимосвязи с экономической политикой, идеологическими доктринами и национальным культурами. Формирует у студентов представление об основных этапах и особенностях систематизации экономических идей и воззрений в экономическую теорию, отражает значимость для практики хозяйственной жизни и изучения прикладных экономических дисциплин.	5	КК 10 - PO2,
13	Статистика	Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со статистическими методами анализа и исследования широкого спектра социально-экономических явлений и процессов, протекающих в организациях, на предприятиях, фирмах и в отраслях национальной экономики. Дает представление о принципах изучения новых массовых социально-экономических явлений и процессов с точки зрения количественной оценки, а также учит методам построения и анализа основных статистических показателей.	5	КК 11 – PO5,PO8
14	Эконометрика	Курс является синтезом достижения экономической теории, математики и статистики, поэтому ее изучение ведется параллельно с другими фундаментальными экономическими и математическими дисциплинами. Формирует у обучающихся профессиональные компетенции в процессе приобретения опыта построения эконометрических моделей, выбора метода оценки параметров модели, интерпретации результатов, получения прогнозных оценок принятия эффективных управленческих решений	5	КК 11 – PO5
15	Маркетинг	Формирует у студентов начальных знаний о маркетинге, представлений о его значимости и необходимости, а также дать будущим специалистам как теорию и практику маркетинга, так и конкретные направления и технологии маркетинговой деятельности в отраслях, производящих товары и услуги. Курс способствует формированию у студентов целостного представления о маркетинге как философии, стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики ее реализации в условиях современного Казахстана.	5	КК 12 – PO3,PO 5,PO6, PO8

16	Менеджмент	Дисциплина знакомит студентов с фундаментальными основами управления организационными системами; развивает у обучаемых с логическое мышление о сущности и содержании процессов в организациях, функционирующих в жестких условиях конкурентной среды. Позволяет освоить студентами основные принципы и методы организации и управления предприятием, изучает, систематизацию и закрепление основ теории и практики управления предприятиями в современных условиях хозяйствования.	5	КК 12 – PO3, PO4
17	Международная экономика	Целью изучения является сфера взаимодействия экономических субъектов разной государственной принадлежности в области международного обмена товарами и услугами, капиталами, рабочей силой и технологиями. Формирование теоретических знаний, умений и практических навыков в области международной экономики, форм, методов и механизмов реализации международных экономических отношений.	5	КК 12 - PO2, PO10
18	Бухгалтерский учет	Ознакомление студентов с ведением бухгалтерского учета, стандартами бухгалтерского учета и аудита, регламентируемые нормативной базой. В программе курса рассматривается теоретический материал с позиций современной концепции бухгалтерского учета на основе утвержденных казахстанских стандартов как методологического анализа процедур по исчислению финансовых результатов.	4	КК 13 – PO7, PO9
19	Финансы	Курс знакомит с основными принципами организации финансов предприятий, с основами валютно-финансовых операций, даются основные сведения об экономическом содержании финансовых ресурсов организаций и источниках их формирования. Результатом изучения дисциплины является подготовка высококвалифицированных специалистов в области финансово-кредитных отношений, владеющих навыками практической работы на предприятиях различных отраслей хозяйства.	4	КК 13 – PO2, PO6, PO7
20	Цена и ценовая политика	Ознакомление студентов с базовыми понятиями и методами ценообразования, особенностями формирования цен на рынках различных видов продукции, работ и услуг. Изучение данного курса способствует формированию у студентов комплекса компетенций в области теории ценообразования, техники расчета различных видов цен; развития экономического мышления и выработки самостоятельных эффективных ценовых решений.	5	КК 13 – PO3, PO6, PO7
	Конкурентоспособн	В рамках этой дисциплины изучаются рынок	5	КК 13 –

	ость предприятия	и его структура, сегмент рынка, рыночная конъюнктура, конкуренция, методы измерения, конкурентоспособность товара и предприятия, внутренние и внешние факторы конкурентоспособности. Формирование у студентов знаний и умений по управлению конкурентоспособностью фирмы, выявлять и обеспечивать конкурентные преимущества фирмы, успешного содействия эффективной и всесторонней подготовке экономистов		PO7,PO9, PO 12
21	Налоги и налогообложение	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков необходимых для понимания основ налогообложения в РК. Овладение студентами основ налогового законодательства и налогового администрирования; механизма налогообложения и порядок взимания налоговых платежей	5	КК 13 - PO2, PO7
	Налоговый учет	Изучение и овладение теоретических и практических знании налогового учета, вычетов из доходов, вычетов по фиксированным активам, вычетов по сомнительным требованиям. Приобретение студентами навыков сбора, регистрации и обработки информации, необходимой для формирования налоговой отчетности организаций	5	КК 13 - PO2, PO7
22	Организация бизнеса	Дисциплина призвана сформировать у студентов знаний в области теории и практики оценочной деятельности, при этом особое внимание уделяется оценке предприятий, как обособленных имущественных комплексов, способных приносить доход. Теоретические знания и практические навыки в области оценки предпринимательства необходимы при решении актуальных вопросов реструктуризации, реорганизации бизнеса.	5	КК 14 – PO10, PO11,PO 12
	Государство и бизнес	Изучение системы государственного управления экономикой, а также роли государства в решении проблемы экономического роста и становления гражданского общества. Обладание выпускником достаточного уровня знании по проблемам взаимоотношении государства с бизнесом и на этой основе умение выбрать наиболее эффективные методы и средства решения задач по совершенствованию этих отношений	5	КК 14 -PO2, PO3, PO 12
23	Управление торговыми марками	Цель изучения принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначение брендов в рыночной некоммерческой деятельности; формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки;	5	КК14 – PO4, PO5, PO11

		формирования компетентного представления о бренде, как ключевом элементе успешной бизнес-стратегий. А также вопросы лояльности потребителей торговой марки, защитные барьеры, позиционирование и имидж, их развитие с учетом маркетинговых стратегий фирмы.		
	Международный бизнес	Курс формирует теоретические знания по основным формам международного бизнеса. Дана оценка внутренней и внешней среды бизнеса, конкурентные преимущества и их оценки в практике международного бизнеса, этика и психология бизнеса, эффективные международные формы бизнеса. Дисциплина формирует у студентов целостную систему экономического мышления и знаний в области международного бизнеса, развивает необходимые навыки, позволяющие эффективно оценивать возможности ведения и выстраивать стратегии международного бизнеса.	5	КК 14 - PO2, PO10
Цикл базовых дисциплин/Компонент по выбору				
24	Интернет-маркетинг	Формирование у студентов знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия. а также практического применения знаний, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности. Курс охватывает инструменты интернет-маркетинга, принципы работы, виды таргетингов, этапы запуска контекстной рекламы, вопросы маркетинга в социальных медиа. Рассматривает задачи и критерии достижения результата, модель типов рекламных кампаний.	5	КК 12 – PO6, PO9, PO11
	Логистика	Изучение дисциплины формирует у студентов знания и профессиональные навыки в области логистики в соответствии с рыночным спросом с целью обеспечения системной взаимосвязи распределения с производством и закупками Содержание дисциплины способствует формированию системного понимания основ логистики, ее форм. Также алгоритма построения логистической сети, формирования товарных запасов и развитие сервиса.	5	КК 12 - PO3, PO5, PO 9
25	Социальная политика государства	Формирование у студентов системных знаний о целях, задачах, основных направлениях государственной социальной политики Казахстана, механизме, принципах осуществления и ресурсном обеспечении В рамках данного курса рассматриваются вопросы государственного регулирования национальной экономики на современном этапе развития, а также экономические	5	КК 13 - PO4, PO 7, PO 8

		отношения, складывающиеся на микро-и макроуровнях в экономике с учетом особенностей.		
	Экономическая политика	Целью изучения дисциплины является формирование целостного механизма систематического представления о современной экономической политике РК. В рамках изучения дисциплины формируется целостное систематического представление о современной экономической политике Казахстана, о сущности и основных направлениях государственной экономической политики, рассматривается структура и особенности аналитического аппарата исследования современных экономических проблем.	5	КК 13 – РО2, РО3, РО 4
26	Антикризисное управление	Цель преподавания сформировать у студентов комплексное понимания принципов и методов антикризисного управления, направленного на обеспечение баланса интересов компании, ее контрагентов, работников, общества и государства. Раскрывается сущность кризисов и их регулирование на уровне предприятий и государства.. Курс нацелен на формирование научно-практических представлений по основополагающим проблемам функционирования и развития института банкротства и антикризисного управления в РК и за рубежом.	5	КК 14 – РО4, РО8, РО12
	Экономическая безопасность	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов теоретических и практических знаний и навыков, касающихся основ безопасности ведения хозяйственной деятельности встроенных в систему взаимоотношений участников рынка, методов и механизма защиты предпринимательства в РК. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обеспечением экономической безопасности государства, региона, предприятий, личности с методами анализа риска и принятия управленческих решений, способных снизить риски, основных критериев и показателей уровня безопасности.	5	КК 14 - РО3, РО8, РО10
27	Бренд маркетинг	Цель дисциплины изучения принципов и технологи формирования брендов понимания роли и предназначение брендов в рыночной и некоммерческой деятельности. Формирование у будущих специалистов социально-ответственной и профессионально-компетентной культурой управления активами торговой марки, формирование комплексного представления о бренде. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теорией и практикой рождения и развития брендов, специальных знаний и навыков в	5	КК 14 - РО5, РО8

		области брендинга, создание брендов на товарных рынках.		
	Глобальный маркетинг	Цель дисциплины определение комплекса глобального маркетинга, разработка, реализация и контроль эффективных маркетинговых мероприятий на внешних рынках. Изучение дисциплины дает необходимые знания о маркетинговых стратегиях компаний на зарубежных рынках, способах продвижения товаров, современных тенденциях и технологиях в области маркетинга. Освоение теоретических и практических аспектов глобального маркетинга, формирование у студентов навыков профессиональной деятельности в мировом масштабе.	5	КК 14- РО3, РО10
28	Международный маркетинг	Цель курса уяснить специфику международного маркетинга, приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию и оценке, целесообразности выхода на внешний рынок. Формирует теоретические знания по основам международного маркетинга, формы и его роль в экономическом развитии страны. Рассматривает модели маркетинга: европейская, американская, японская. Дается мировая практика комплексного изучения различных видов рынка, сбор и анализ информации, сегментация рынка, формирование спроса и стимулирование сбыта на мировом рынке.	5	КК 14 - РО3, РО 10
	Международная торговля	Основная цель курса состоит в формировании у студентов необходимых фундаментальных профессиональных знаний и практических навыков в области современной концепции внешнеэкономической деятельности и международной торговли. Изучение факторов влияющих на динамику и структуру внешней торговли Казахстана с использованием инструментов регулирования экспорта и импорта. Цель освоения дисциплины обеспечение подготовки специалиста, способного осуществить профессиональную деятельность во внешнеэкономической деятельности как на национальном так и на международном уровне.	5	КК 14 –РО9, РО10
Цикл профилирующих дисциплин /Вузовский компонент				
29	Экономика предприятия	Изучение теории и практики хозяйственной деятельности предприятий, их взаимодействия с другими участниками экономического процесса, действия объективных экономических законов и форм их появления в процессе производства, использования экономических отношений при производстве и распределении товаров и услуг. Получение знаний в области ведения экономики предприятия на основе форм и методов ведения бизнеса в современных условиях.	5	КК 15 - РО2, РО3, РО 12

30	Управление качеством на предприятиях	Целью освоения дисциплины является приобретение способности осуществлять экономический анализ деятельности предприятия в рамках системы управления качеством, а также проводить внутренние аудиторские проверки в составе группы в процессе управления качеством на предприятиях. Рассматриваются вопросы исследования системы управления качеством на предприятии с целью совершенствования маркетинговой и управленческой деятельности на исследуемом предприятии.	5	КК 15 – РО3, РО4, РО5
31	Управление маркетингом	Курс формирует теоретические знания по принципам и формам управления маркетингом. Раскрывает методы управления маркетингом, управления оптовой и розничной торговлей, маркетинговой логистикой, управление маркетинговыми коммуникациями с учетом особенностей аграрного маркетинга и функциональных связей маркетинга на предприятии. Позволяет сформировать теоретические знания и практические навыки в области управления маркетингом, изучить модели и методы управления маркетингом, выработать навыки стратегического и тактического управления маркетингом.	6	КК 15 – РО5, РО8, РО 11
	Аграрный маркетинг	В результате изучения дисциплины студент должен освоить комплекс теоретических и практических знаний в области аграрного маркетинга. Овладеть навыками анализа агропродовольственного рынка, плана маркетинговых мероприятий, проведения действий по продвижению товаров и услуг, проводить самостоятельно маркетинговые исследования рисков, различных товаров и услуг агропромышленных предприятий.		КК 15 - РО3, РО5
32	Маркетинговые коммуникации	В рамках дисциплины студент изучает комплекс маркетинговых коммуникаций его элементы и их взаимосвязь. Приобретает базовые знания в сфере маркетинга продвижения приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом и личными продажами. Рассматриваются вопросы принятия решений по выбору коммуникаций, планированию и контролю рекламы, формы стимулирования сбыта, применения новых коммуникационных технологий, разработка бюджета продвижения.	5	КК 15 – РО6, РО 12
	Маркетинг агротуризма	Формирование теоретических знаний по сущности агротуризма как отрасли туристической индустрии. Дает общее представление об агротуризме, его видах, факторах и перспективах развития. Рассматривает агротуристический рынок, его специфику, особенности спроса и	5	КК 15 – РО8, РО12

		предложения в агротуризме, маркетинговую среду, туристические продукты и их особенности, ценообразование в агротуризме, коммуникативную политику в агротуризме, специфику размещения, питания и экскурсионного обслуживания агротуристов.		
33	Маркетинг в отраслях	Формирование у специалистов-маркетологов системных представлений, комплекса знаний и навыков, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных стратегий, методов, средств и инструментов маркетинга для формирования и воспроизводства спроса на товары и услуги с учетом маркетинговой сущности продукта и особенностей высококонкурентных отраслевых рынков. Изучить основной инструментарий маркетинга выбранных отраслей или сфер деятельности и получить навыки его использования для принятия управленческих решений	5	КК 15 - PO3, PO 5, PO10
	Экономика отрасли	Целью освоения дисциплины является формирование у будущих специалистов комплекса знаний о функционировании отраслей экономики, типах конкуренции, рыночных регуляторах и проблемах ее развития, а также методах государственного регулирования ее функционирования. Как результат готовность владению методами анализа отраслевых структур и отраслевых рынков. Использование знаний специфике конкретных отраслевых структур в процессе разработке управленческих решений на предприятиях.	5	КК 15 - PO2, PO4, PO10
34	Бизнес этика	Целью данного учебного курса является освоение студентами этических основ предпринимательства, ключевых принципов, психолого-этических аспектов делового общения с официальными лицами зарубежными партнерами в рамках протокола, этических норм, требования этикета сложившихся на основе исторической практики и отчасти закреплённых нормативных документах.. Также необходимой является информация о корректном ведении переговоров, заключении и составлении договоров, социальной ответственности бизнеса.	5	КК 16 – PO1, PO4
35	Маркетинговые исследования	Курс формирует теоретические знания по принципам и методам сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, о этапах и методах проведения маркетинговых исследований, выбора целевых рынков и анализа конкуренции на рынке. Целью освоения дисциплины является получение обучающимся навыков проведения маркетинговых исследований, разработке маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой	5	КК 16 – PO5, PO 6, PO8

		деятельности, совершенствование ценообразования, использования основных методов маркетингов практической деятельности специалистов по рекламе.		
36	Стратегический маркетинг	В процессе изучения курса раскрывается содержание стратегической маркетинговой деятельности, предпосылки возникновения и условия развития стратегического маркетинга, необходимость сбалансированности и гармонизации интересов фирмы, потребителей и общества. Изучение дисциплины позволит показать роль стратегического маркетинга в процессе управления деятельности предприятия содействие изучению аналитических аспектов маркетинга, процесса получения и анализа маркетинговой информации для разработки ориентированный на рынок стратегии развития предприятия	5	КК 16 – PO5, PO6, PO12
	Корпоративное управление	Цель курса состоит в рассмотрении теоретических основ корпоративного управления. Изучение дисциплины позволит студентами получить и развить навыки анализа и диагностики проблем корпоративного управления, современных методов решения проблем корпоративного управления, а также ознакомиться современной спецификой корпоративного управления в отечественных и зарубежных организациях.	5	КК 16 – PO4, PO 6, PO8
37	Промышленный маркетинг	Целью учебной дисциплины является приобретение студентами знаний в области маркетинговой деятельности на промышленном рынке и получение компетенции в операционной деятельности маркетолога. В курсе рассматриваются теоретические основы промышленного маркетинга: особенности маркетинга промышленной продукции; характеристика рынков продукции; особенности приобретения, использования и реализации товаров, виды сегментации рынка промышленных товаров и методы исследование рынка.	5	КК 16 - PO 4, PO6, PO11
	Инновационный маркетинг	В курсе рассматриваются теоретические основы инновационного маркетинга, который включает миссию организации, философию мышления, область научных исследований, стиль управления и поведения. Имеет социальную ориентацию, последователей, включает создание и продвижение инноваций, исследование рынка инновационной продукции. Изучение данной дисциплины позволит студентам выработать научно-практические навыки продвижения инновационного продукта на рынок, провести диагностику инновационного потенциала, инновационного процесса в организации, а	5	КК 16 – PO4, PO12

		также рассмотрение особенности проведения субъекта на рынке инноваций		
38	Маркетинг услуг	Данный курс дает возможность получение студентами теоретических знаний в маркетинге услуг предприятия, а также практических навыков разработки и вывода на рынок новых услуг. Позволит изучить маркетинг в сфере услуг, принципы, функций, типологию маркетинга сферы услуг, изучить методы ценовой политики в маркетинге услуг и обеспечить овладение прикладными знаниями в области конкуренции и конкурентоспособности услуг.	5	КК 16 – РО5, РО6, РО11
	Банковский маркетинг	Цель дисциплины формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков маркетинговой деятельности, разработки системы мероприятий по взаимодействию банка существующими потенциальными клиентами по проведению маркетинговых исследований Курс рассматривает систему маркетинга в банке и его роли в обеспечении конкурентной позиции кредитной организации; сущность и содержание основных маркетинговых методов и приемов; маркетинговую политику банков; проведение маркетинговых исследований рынка банковских услуг, исследование финансового рынка; маркетинговой деятельности банков по оптимизации отношений с клиентами.	5	КК 16 – РО6, РО7

5. Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы:

Курс обучения	Семестр	Количество изучаемых дисциплин			Количество академических кредитов						Всего в академических часах	военная подготовка	Количество	
		ОК	ВК	КВ	Теоретическое обучение	Учебная практика	Производственная практика	Преддипломная практика	Итоговая аттестация	Всего			Экзамен	Диф. зачет
I	1	4	1	1	30					30	900		6	
	2	4	2	1	28	2				30	900		7	1
II	3	1	4	2	32					32	960		7	
	4	3	3	1	25		5			30	900		7	1
III	5	-	2	4	30					30	900		6	
	6	-	2	3	25		5			30	900		5	1
IV	7	-	3	3	26		4			30	900		6	1
	8	-	1	3	16			4	12	32	960		4	1
Итого		12	18	18	212	2	14	4	12	242	7260	588	48	5

Приложение к ОП

Приложение 1 Базы практики МК

№№	Название объекта	Место расположение, телефоны	Электронная почта
1	ТОО «КазНИИ экономики агропромышленного комплекса и развития сельских территорий»	г.Алматы, ул.Сатпаева,30 тел: 8 (727) 2 45 35 99 тел: 8 (727) 2 45 36 07	kazniiapk@mail.ru
2	ИП «GF Golden Freedom»	г.Алматы, Алатауский район улица Кабдолова, дом №112 тел.: 8 (727) 2209238	
3	КГУ "Аппарат акима Кенесского сельского округа"	Жамбылская область, Меркенский район, село Кенес, улица Тайшыманова, 38 Тел.: 8 (72632) 5-14-00; 87779751564	Kenes_merke@bk.ru
4	ТОО «КАЗКОМРЕСУРС»	город Алматы, проспект Суюнбая, дом №2 корпус 10, офис 14 Тел. +7(727) 270 60 82 E-mail.: gen.dir@kazkomresurs.kz	
5	ТОО «KORQAZ LLP»	город Алматы, Турксибский район, Илийский тракт, дом №17	E-mail.: D.Kerimkulov@Korq az.kz
6	ИП «Kidsstore.kz»	город Нур-Султан Проспект Мангилик Ел, дом №53, 338 тел.: 8 (702) 6500550	E-mail.: kidsstore.kz@mail.ru