

Некоммерческое акционерное общество
«Казахский национальный аграрный исследовательский университет»

«СОГЛАСОВАНО»
Президент АО «Корпорация АВЕ»
О.Смаилов
« 04 » 05 2022 г.



«УТВЕРЖДАЮ»
И.о. Председателя Правления – Ректора
Е.Исламов
« 29 » 08 2022 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«6B04106 – Маркетинг»

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

Образовательная программа рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседаниях:

Ученого Совета КазНАИУ, протокол № 1 «19» 08 2022 г.

Учебно-методического Совета университета, протокол № 1 «16» 08 2022 г.

Председатель УМС университета Сенда Б. Калькова

Академического комитета высшей школы «Бизнес и право» протокол № 8 «19» 05 2022 г.

Председатель АК А.К.Бейсенбаева

Утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и организация агробизнеса» имени Х.Д.Чурина протокол № 10 «12» 05 2022 г.

Заведующая кафедрой С.Есенгазиева

Разработчики:

Должность

Подпись

ФИО

Декан Высшей школы «Бизнес и право»
Зав. кафедры «Менеджмент и организация агробизнеса» им. Х.Д.Чурина
К.э.н., профессор
Магистр, ст.преподаватель
Магистр, ст.преподаватель
Студент
Выпускник

[Подпись]
[Подпись]
[Подпись]
[Подпись]
[Подпись]
[Подпись]
[Подпись]

Д.Айтмуханбетова
С.Есенгазиева
К.Шалгимбаева
Ж.Карымсакова
К.Тогжигитова
Ж.Оналбек
А. Кайырбаева

Работадатель:

Президент АО «Корпорация АВЕ»

[Подпись]

О.Смаилов

Согласовано:

Должность

Подпись

ФИО

Начальник учебного отдела

[Подпись]

А.Койшибаев

Начальник управления по учебно-методической работе и качества образовательных программ

[Подпись]

Ж.Кусаинова

Директор департамента по академическим вопросам

[Подпись]

А.Сатмурзаев

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 науки и высшего образования Республики Казахстан от 20 июля 2022 года № 2;

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;

Приказ Министра науки и высшего образования Республики Казахстан от 12 октября 2022 года № 106. Правила ведения реестра образовательных программ, реализуемых организациями высшего и (или) послевузовского образования, а также основания включения в реестр образовательных программ и исключения из него.

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	KZ89LAA00031870 05 августа 2021г
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;

	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>Виды профессиональной деятельности</p>	<p>1. Оценочные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>2. Конструктивные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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

	<p>творческих задач, способность креативно воспользоваться имеющимися знаниями, организовать творческую деятельность других участников маркетингового процесса.</p> <p>3. Информационно-технологические:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, полиэтничном 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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

	<p>мировом рынке продовольствия;</p> <ul style="list-style-type: none">- 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

Коды	Результаты обучения
PO1	Демонстрировать знание и понимание в области естественнонаучных дисциплин, правовой, антикоррупционной, экологической и экономической культуры, принципов академической честности
PO2	Знать методы научных исследований и академического письма, особенности ведущих школ экономической науки, резервы повышения эффективности деятельности организации, закономерности функционирования экономики, тенденции развития в сфере современного бизнеса.
PO3	Объяснять фундаментальные проблемы функционирования рыночной экономики, формулировать аргументы и решать проблемы в области маркетинга
PO4	Осуществлять сбор и 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 и 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	Применять нормативные правовые акты в экономической сфере, знания принципов бухгалтерского учета и финансового менеджмента для оценки активов и доходов, принятия инвестиционных решений
PO8	Подвергать критическому анализу предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных рисков
PO9	Владеть навыками необходимыми для проведения маркетинговых исследований, стратегического анализа, бизнес-планирования и создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в условиях цифровой экономики, умение вести деловое общение, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
PO10	Определять состояние, основные тенденции, изменения конъюнктуры мировых рынков, их влияние на развитие национальных хозяйств и экономическую безопасность
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	Анализировать рыночные и специфические риски для принятия решений об инвестировании и финансировании

3. Содержание образовательной программы

№ пп	ОК/ВК/КВ	Код дисциплины	Название дисциплины, формирующих компетенции	в академических кредитах	Объем в часах						Распределение кредитов по курсам и семестрам								Кафедра ¹	Форма контроля			
					в академических часах	Аудиторные				Внеаудиторные		1 курс		2 курс		3 курс		4 курс					
						Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Другое (практика)	СРСП	СРС	1	2	3	4	5	6	7			8		
ООД		Цикл общеобразовательных дисциплин		56	1680	84	636			240	720	25	17	2	12								
Модуль. Гуманитарный и языковой				30	900	30	270			150	450	10	15		5								
1	ОК	ИК 1101	История Казахстана (ГЭ)	5	150	15	35			25	75		5							29	Государственный экзамен		
2	ОК	Fil 2102	Философия	5	150	15	35			25	75			5						29	экзамен		
3	ОК	IYa 1103	Иностранный язык	10	300		100			50	150	5	5							14	экзамен		
4	ОК	K(R)Ya 1104	Казахский (Русский) язык	10	300		100			50	150	5	5							15	экзамен		
Модуль. Профессионально-коммуникативный				10	300	30	70			50	150	5			5								
5	ОК	ИКТ 2105	Информационно-коммуникационные технологии (на английском языке)	5	150	15	35			25	75			5						9	экзамен		
6	КВ	РАК 1108	Право и антикоррупционная культура	5	150	15	35			25	75	5									3	экзамен	
		Еко11108	Экология																				
		ВZh 1108	Безопасность жизнедеятельности																				
Модуль. Социально-политических знаний и здоровый образ жизни				16	480	24	296			40	120	10	2	2	2								
7	ОК	MSPZ (SPKP) 1106	Модуль социально-политических знаний (социология, политология, культурология, психология)	8	240	24	56			40	120	8									29,6	экзамен	

8	ОК	FK 1107 2107	Физическая культура	8	240		240				2	2	2	2					30	экзамен	
БД		Цикл базовых дисциплин		116	3480	312	728		120	520	1800	5	13	30	18	25	25				
Модуль 1. Введение в экономику				23	690	63	147		20	105	355	5	13	5							
9	ВК	ЕТ 1201	Экономическая теория	5	150	15	35			25	75	5							2	экзамен	
10	ВК	Мik 1202	Микроэкономика	6	180	18	42			30	90		6						2	экзамен	
11	ВК	Маk 2206	Макроэкономика	5	150	15	35			25	75			5					2	экзамен	
12	КВ	IEU 1203	История экономических учений	5	150	15	35			25	75		5							2	экзамен
		EK 1203	Экономика Казахстана																		
13	ВК	UP 1204	Учебная практика	2	60				20		40		2							2	диф. зачет
Модуль 2. Экономический анализ				10	300	30	70			50	150			10							
14	ВК	Sta 2207	Статистика	5	150	15	35			25	75			5						1	экзамен
15	КВ	Eko2209	Эконометрика	5	150	15	35			25	75			5						9	экзамен
		SMODK 2209	Современные методы обработки данных на компьютере																		
Модуль 3. Мобильный маркетинг и менеджмент				30	900	75	175		50	125	475			15	5	10					
16	ВК	Mar 2205	Маркетинг	5	150	15	35			25	75			5						2	экзамен
17	ВК	Men 2208	Менеджмент	5	150	15	35			25	75			5						2	экзамен
18	КВ	DK 2210	Деловая корреспонденция	5	150	15	35			25	75			5						2	экзамен
		BE 2210	Бизнес этика																		
19	ВК	EP 3215	Экономика предприятия	5	150	15	35			25	75					5				2	экзамен
20	КВ	Log 3217	Логистика	5	150	15	35			25	75					5				9	экзамен
		IM 3217	Интернет маркетинг																		
21	ВК	PP 2214	Производственная практика	5	150				50		100			5						2	диф. зачет
Модуль 4. Современные финансы и учет				18	540	54	126			90	270			8	10						
22	ВК	BU 2211	Бухгалтерский учет	4	120	12	28			20	60			4						1	экзамен
23	ВК	Fin 2212	Финансы	4	120	12	28			20	60			4						1	экзамен
24	КВ	EB 3216	Экономическая безопасность	5	150	15	35			25	75					5				1	экзамен
		AU 3216	Антикризисное управление																		
25	КВ	ССР 3218	Цена и ценовая политика	5	150	15	35			25	75					5				2	экзамен
		УКР 3218	Управление качеством на предприятии																		
Модуль 5. Международная торговля и аграрная политика				35	1050	90	210		50	150	550			5	5	25					

26	КВ	МЕ 2213	Международная экономика	5	150	15	35			25	75				5				2	экзамен
		МВ 2213	Международный бизнес																	
27	КВ	ММ 3222	Международный маркетинг	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		МТ 3222	Международная торговля																	
28	КВ	SPG 3219	Социальная политика государства	5	150	15	35			25	75				5				2	экзамен
		ЕР 3219	Экономическая политика																	
29	КВ	АЕ 3223	Аграрная экономика	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		ЕР 3223	Экономика регионов																	
30	КВ	ВР 3220	Бизнес-планирование	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		КР 3220	Конкурентоспособность предприятия																	
31	ВК	Пре 3221	Предпринимательство	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
32	ВК	РР 3224	Производственная практика	5	150				50		100					5			2	диф. зачет
ПД		Цикл профилирующих дисциплин		60	1800	156	364		80	260	940				5	5	30	20		
Модуль 6. Управление маркетингом и торговлей				21	630	63	147			105	315				5		16			
33	ВК	МІ 3301	Маркетинговые исследования	5	150	15	35			25	75				5				2	экзамен
34	ВК	УМ 4303	Управление маркетингом	6	180	18	42			30	90						6		2	экзамен
35	КВ	МТ 4305	Маркетинг товаров	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		МО 4305	Маркетинг в отраслях																	
36	КВ	МА 4306	Маркетинг агротуризма	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		МТ 4306	Маркетинг туризма																	
Модуль 7. Стратегия маркетинга				39	1170	93	217		80	155	625					5	14	20		
37	ВК	МК 4304	Маркетинговые коммуникации	5	150	15	35			25	75						5		2	экзамен
38	КВ	МУ 4307	Маркетинг услуг	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		ВМ 4307	Банковский маркетинг																	
39	КВ	Вре 3302	Брендинг	5	150	15	35			25	75					5			2	экзамен
		УТМ 3302	Управление торговыми марками																	
40	КВ	РМ 4309	Промышленный маркетинг	5	150	15	35			25	75						5		2	экзамен
		ІМ 4309	Инновационный маркетинг																	
41	КВ	SM 4308	Стратегический маркетинг	5	150	15	35			25	75							5	2	экзамен
		KU 4308	Корпоративное управление																	

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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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;	<ul style="list-style-type: none"> - 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;	<ul style="list-style-type: none"> - 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. Профессионально-коммуникативный	способствуют развитию информационной грамотности через овладение и использование современных информационно-коммуникационных технологий во всех сферах своей жизни и деятельности;	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать действия и поступки участников коммуникации. - 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 относиться к праву и закону.	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - знать фундаментальные проблемы функционирования экономики, механизм действия и проявления экономических законов, а также основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;

		<p>деятельности; в применении полученных знания для решения ситуационных и практических задач, в применении нормативно-правовых актов, теоретических положений и норм права в практической деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>КК7</p>		<p>Быть компетентным в области</p>	<ul style="list-style-type: none"> - знать содержания основных

		<p>применения методов реализации малоотходных производств и оценки экологической эффективности хозяйственной деятельности.</p>	<p>терминов в области экологии, рационального природопользования; современных глобальных и региональных экологических проблем и путей их решения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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		<p>Способствуют умению применять полученные знания для решения вопросов безопасности и надежности эксплуатации машин и оборудования и знание вопросов социальной защиты работников</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<p>Модуль. Социально-политических знаний и здоровый образ жизни</p>	<p>формируют навыки саморазвития и образования в течение всей жизни;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - давать оценку ситуациям в различных сферах межличностной, социальной и профессиональной коммуникации с учетом базового знания социологии, политологии, культурологи и психологии; - 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

			<p>и этическими нормами казахстанского общества;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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;
КК 10		<p>формируют личность, способную к мобильности в современном мире, критическому мышлению и физическому самосовершенствованию.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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
КК11	Ведение в экономику	<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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

			<p>макроэкономической политики в различных странах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументировать собственные взгляды на современные макроэкономические явления; - использовать на практике полученные знания для оценки экономической ситуации в мире; - знать основные этапы развития экономики Казахстана.
КК12	Экономический анализ	<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
КК13	Мобильный маркетинг и менеджмент	<p>Вести маркетинговую и управленческую деятельность на основе грамотного построения коммуникации в устной и письменной форме, исходя из целей и ситуации профессионального общения, являющихся залогом</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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,

		<p>трудоустройства и обеспечения собственного карьерного роста молодых маркетологов.</p>	<p>задачи, принципы, методы менеджмента;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>КК14</p>	<p>Современные финансы и учет</p>	<p>Способность анализировать бухгалтер-скую и финансовую информацию с помощью пакета про-грамм, разработать и реализовать ценовую политику предприятия на рынке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять документирование хозяйственных операций; - проводить учет денежных средств; - разрабатывать рабочий план счетов бухгалтерского учета организации и формировать на его основе бухгалтерские проводки; - составлять финансовые планы организации; - обеспечивать осуществление финансово-вых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления;

			<ul style="list-style-type: none"> - 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.
КК15	Международная торговля и аграрная политика	<p>Способность анализировать, аргументировать и обосновывать маркетинговые решения на мировом рынке аграрной продукции с учетом экономической политики стран и тенденций развития международной торговли.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 socio-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

			<p>и средств на производство единицы продукции в АПК и направления эффективного использования ресурсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 пред-принимателя; - анализировать развитие промышленности.
		Профессиональные компетенции	Результаты обучения
КК16	Управление маркетингом и торговлей	<p>Проводить марке-тинговые исследо-вания и анализ, управлять марке-тин-говой деятельностью и торговлей на разных рынках, иметь способность к инициативе и пред-принимательству.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 програм-мами и интегрированными маркетин-говыми 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

			<p>решений;</p> <ul style="list-style-type: none">- знать особенности аграрного маркетинга и типы позиционирования продовольственных товаров;- знать основы товароведения и организации торговли на разных рынках;- составлять и обосновать схему агро-туристических 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
--	--	--	--

<p>КК17</p>	<p>Стратегия маркетинга</p>	<p>Способность построения и реализации эффективной стратегии маркетинга компании на международном рынке с использованием наиболее эффективных средств и каналов маркетинговой коммуникации.</p>	<p>продукции.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 рекламную деятельность компании, оценить ее результаты и принять стратегические решения; - демонстрировать знания особенностей формирования ресурсов аграрного рынка и стратегии агромаркетинга на различных рынках; - проводить контроль качества и оценку 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
--------------------	------------------------------------	---	---

			<p>организаций (направлений деятельности, продуктов и т. п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
--	--	--	---

			<p>спра-вочно-правовыми системами, базами данных государственных органов;</p> <ul style="list-style-type: none">- использовать и адаптировать передо-вой 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 полиэтнического 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: речевая компетенция – развитие коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности; языковая компетенция – овладение	10	КК 3

		новыми языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими; социокультурная компетенция – формирование умения представлять свою страну, ее культуру; учебно-познавательная компетенция – ознакомление с доступными обучающимся способами и приемами самостоятельного изучения языков и культур.		
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
6	Модуль социально-политических знаний (социология, политология, культурология, психология)			
	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, КК9
	Политология	наука о политике, о закономерностях возникновения политических явлений (институтов, отношений, процессов), о способах и формах их функционирования	2	КК2, КК9

		и развития, о методах управления политическими процессами, о политическом сознании, культуре и т. д.		
	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, КК9
	Психология	Психология – это наука, целью которой является изучение механизмов функционирования человеческой психики. Она рассматривает закономерности поведения 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.	2	КК2, КК9
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 10
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	5	КК 5 – РО 1, РО 2, РО 7

		поведения в конкретных жизненных ситуациях		
	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 7 – РО 1, РО 2
	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 8 – РО 1, РО 2
Цикл базовых дисциплин /Вузовский компонент				
9	Экономическая теория	Дисциплина рассматривает и изучает фундаментальные проблемы функционирования экономики, эволюцию социально-экономического развития общества, закономерности индивидуального воспроизводства (микроэкономику), воспроизводство на уровне национальной экономики (макроэкономику), мезаэкономику и мировое хозяйство.	5	КК 10 - РО2, РО3
10	Микроэкономика	Наука о рациональном принятии решений при ограниченности ресурсов. В программе курса рассматриваются законы и закономерности поведения двух основных агентов рынка – домохозяйства и фирм. Изучается специфика поведения фирмы в различных рыночных структурах: совершенной конкуренции, монополии, олигополии и монополистической конкуренции, а также особенности рынков различных видов экономических ресурсов: труда, земли и капитала.	6	КК 10 - РО2, РО3
11	Макроэкономика	Отрасль экономической науки, изучающая поведение экономики, как единого целого с точки зрения обеспечения условий устойчивого экономического роста, полной занятости ресурсов и минимизации уровня инфляции.	5	КК 10 - РО2, РО3
12	Статистика	Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со	5	КК 11 – РО3, РО4

		статистическими методами анализа и исследования широкого спектра социально-экономических явлений и процессов, протекающих в организациях, на предприятиях, фирмах и в отраслях национальной экономики.		
13	Маркетинг	Курс способствует формированию у студентов целостного представления о маркетинге как философии, стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики ее реализации в условиях современного Казахстана. В ходе курса студентам раскрываются базовые понятия и функции маркетинга; инструменты маркетингового подхода к управлению; построение современных маркетинговых стратегий, выявляются перспективные формы маркетинговой деятельности.	5	КК 12 – PO3,PO6
14	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; формирует знание и умения управления операциями производственной, инновационной, финансовой, социальной и других сфер деятельности организации.	5	КК 12 – PO4, PO5
15	Экономика предприятия	Экономика предприятия тесно связана с другими экономическими науками: макро- и микроэкономикой, теорией менеджмента и маркетинга, статистикой, бухгалтерским учетом и др. Поэтому в программе курса рассматриваются предмет экономики предприятия - деятельность предприятия, процесс разработки и принятия хозяйственных решений; объекты экономики предприятия производственная деятельность предприятия, механизмы формирования и использования основных факторов производства и экономических ресурсов предприятия.	5	КК 12 - PO2, PO3
16	Бухгалтерский учет	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 – PO4,PO7

17	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; представление о специфических особенностях финансов организаций различных организационно-правовых форм собственности.	4	КК 13 – PO2, PO7
18	Предпринимательство	Дисциплина формирует профессиональные компетенции в области создания предприятия и организации бизнеса в различных организационно-правовых формах. Курс способствует выработке у будущего специалиста конкретных знаний и практических навыков, позволяющих управлять бизнесом, используя систему мотивации работников, принимать научно обоснованные управленческие решения.	5	КК 14 – PO9, PO11, PO 12
Цикл базовых дисциплин/Компонент по выбору				
19	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.	5	КК 10 - PO2, PO3
	Экономика Казахстана	Содержание дисциплины способствует формированию системного понимания современного экономического состояния Казахстана и дает комплекс знаний о стратегических ориентирах долгосрочного социально-экономического развития страны, механизмах и инструментах, регулирующего воздействия государства на социально-экономическое развитие.	5	КК 10 - PO2, PO11
20	Эконометрика	Курс является синтезом достижения экономической теории, математики и статистики, поэтому ее изучение ведется параллельно с другими фундаментальными экономическими и математическими дисциплинами, что позволяет активизировать освоение эконометрических методов применительно к анализу экономических процессов и решению экономических задач.	5	КК 11 – PO4, PO6
	Современные методы обработки данных на компьютере	Содержание дисциплины способствует изучению современных информационных технологий; а также формированию представлений об основных процедурах, моделях, методах и средствах обработки	5	КК 11 – PO4, PO9

		информации; алгоритмах обработки информации для различных приложений.		
21	Деловая корреспонденция	Дисциплина призвана научить студентов основам официальной переписки. Программа курса способствует формированию у обучаемых умений переводить и составлять различные виды корреспонденции в области экономики, внешней торговли и финансовой деятельности.	5	КК 12 - PO1, PO 2
	Бизнес этика	Изучение дисциплины позволит освоить базовые знания этических норм в сфере деловых отношений, сформировать у слушателей понятия этичности служебного поведения и поступков менеджера; реализовывать в конкретной практической деятельности знания о ценностях и нормах этики бизнеса; решать этические проблемы деловой жизни и нести за них нравственную ответственность.	5	КК 12 - PO1, PO2
22	Международная экономика	Целью изучения является сфера взаимодействия экономических субъектов разной государственной принадлежности в области международного обмена товарами и услугами, капиталами, рабочей силой и технологиями. В курсе рассматриваются проблемы воздействия на экономическое развитие страны в целом и отдельных хозяйствующих субъектов международных экономических отношений.	5	КК 14 - PO2, PO10
	Международный бизнес	Курс формирует теоретические знания по основным формам международного бизнеса. Дана теория развития международного бизнеса, оценка внутренней и внешней среды бизнеса, конкурентные преимущества и их оценки в практике международного бизнеса, этика и психология бизнеса, эффективные международные формы бизнеса.	5	КК 14 - PO2, PO10
23	Логистика	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, PO6
	Интернет-маркетинг	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 - PO3, PO11

24	Экономическая безопасность	В ходе изучения дисциплины ставятся задачи ознакомить студентов с основными типами рисков, методами принятия решений в условиях полной и частичной неопределенности, основными измерителями рисков, методами оценки рисков, стратегиями управления рисками, моделями формирования оптимальных портфелей предпринимательской деятельности	5	КК 13 - PO3,PO10
	Антикризисное управление	Курс раскрывает сущность кризисов и их регулирование на уровне предприятий и государства; представлена методика диагностирования банкротства предприятий (организаций) и процедуры банкротства; описаны особенности банкротства кредитных организаций, реализации инновационно-инвестиционных механизмов в условиях антикризисного управления, а также управления персоналом.	5	КК 13 - PO9,PO12
25	Цена и ценовая политика	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
	Управление качеством на предприятиях	Курс рассматривает вопросы исследования системы управления качеством на предприятии с целью совершенствования маркетинговой и управленческой деятельности на исследуемом предприятии.	5	КК 13 - PO3, PO7
26	Социальная политика государства	В рамках данного курса рассматриваются вопросы государственного регулирования национальной экономики на современном этапе развития, а также экономические отношения, складывающиеся на микро-и макроуровнях в экономике с учетом особенностей. Изучается и анализируется широкий комплекс проблем в области социальной защиты населения.	5	КК 14 - PO4, PO 8
	Экономическая политика	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 14 - PO4, PO 11
27	Международный	Курс формирует теоретические знания по	5	КК 14 - PO3,

	маркетинг	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.		PO 10
	Международная торговля	Учебный курс изучает закономерности развития и многогранность международной торговли, проанализировав все ее основные направления. В нем последовательно рассматриваются шесть основных тем: теории международной торговли; структура и современное состояние международной торговли; закономерности и тенденции внешнеторговой и международной торговой политики; региональный аспект международной торговли и внешнеторговой политики: торговые отношения.	5	КК 14 - PO3, PO 5
28	Аграрная экономика	В курсе изучаются объективные предпосылки формирования и развития аграрного сектора экономики, а также, экономические механизмы агробизнеса на макро, мезо и микроуровне, организация и использование различных ресурсов аграрного сектора в процессе производства конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции.	5	КК 14 – PO3, PO11
	Экономика регионов	В изучаемом курсе анализируются основные проблемы региональной экономики, пути и методы их решения в современных условиях хозяйствования, особенности совокупных экономических потенциалов региональных хозяйственных систем страны, типы регионального воспроизводства населения, региональных рынков трудовых ресурсов. Большое значение в курсе уделено проблемам государственного регулирования и прогнозирования региональной экономики в современных условиях хозяйствования.	5	КК 14 - PO2, PO 11
29	Бизнес-планирование	Дисциплина формирует знания основ и навыки по бизнес-планированию, составление бизнес-планов в зависи-	5	КК 16 – PO9, PO 12

		мости от целей, их различия по срокам, составление краткой характеристики предприятия (бизнеса), методов разработки производственного, маркетингового, финансового планов, изучения рынка, написание резюме и др.		
	Конкурентоспособность предприятия	В рамках этой дисциплины изучаются следующие понятия: рынок и его структура, сегмент рынка, рыночная ниша, рыночная конъюнктура, конкуренция, методы измерения концентрации рынка, конкурентоспособность товара и предприятия, методы определения уровня конкурентоспособности, внутренние и внешние факторы конкурентоспособности.	5	КК 14 – PO9, PO 12
Цикл профилирующих дисциплин /Вузовский компонент				
30	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.	6	КК 15 - PO3, PO 11
31	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.	5	КК 15 - PO3, PO 5
32	Маркетинговые коммуникации	Дисциплина формирует знания основ и современных концепций маркетинговых коммуникаций, навыки анализа каналов маркетинговых коммуникаций. Рассматриваются вопросы принятия решений по выбору коммуникаций, планированию и контролю рекламы, формы стимулирования сбыта, применения новых коммуникационных технологий, разработка бюджета продвижения.	5	КК 16 – PO6, PO 12
Цикл профилирующих дисциплин Компонент по выбору				
33	Маркетинг товаров	Курс формирует теоретические знания и навыки по товароведению, по структуре сырья, материалов, продовольственных товаров. Включает систему кодирования, обеспечения безопасности продовольственных товаров, систему сертификации	5	КК 15 - PO 5, PO11

		товаров.		
	Маркетинг в отраслях	Цель освоения дисциплины «Маркетинг в отраслях» показать специфику маркетинга в процессе управления предприятиями различных отраслей или сфер деятельности. Изучить основной инструментарий маркетинга выбранных отраслей или сфер деятельности и получить навыки его использования для принятия управленческих решений	5	КК 15 - РОЗ, РО 5
34	Маркетинг агротуризма	Формирование теоретических знаний по сущности агротуризма как отрасли туристической индустрии. Рассматривает агротуристический рынок, его специфику, особенности спроса и предложения в агротуризме, маркетинговую среду, туристические продукты и их особенности, ценообразование в агротуризме, коммуникативную политику в агротуризме, специфику размещения, питания и экскурсионного обслуживания агротуристов.	5	КК 15 - РОЗ, РО 10
	Маркетинг туризма	Формирование специальных знаний и навыков в области маркетинга туризма, развитие способности рационального использования комплекса маркетинга, методов маркетингового анализа на туристическом рынке, разработки эффективных маркетинговых стратегий в области туризма	5	КК 15 - РОЗ, РО10
35	Маркетинг услуг	Формирование у студентов специальных знаний и навыков в области маркетинга услуг, умений рационально использовать комплекс маркетинга на рынке услуг, теоретические аспекты маркетинга услуг; организации маркетинговой деятельности в сфере услуг; методы исследования рынка услуг, анализа маркетинговой модели рынка услуг; разработки и реализации маркетинговых стратегий в сфере услуг.	5	КК 16 - РОЗ, РО11
	Банковский маркетинг	Курс рассматривает систему маркетинга в банке и его роли в обеспечении конкурентной позиции кредитной организации; основные показатели маркетинговой информации в кредитной организации; сущность и содержание основных маркетинговых методов и приемов; маркетинговую политику банков; рынок банковских услуг и его сегментации; маркетинговой	5	КК 16 - РОЗ, РО11

		деятельности банков по оптимизации отношений с клиентами.		
36	Брендинг	Дисциплина призвана сформировать теоретические знания и практические навыки по методологии формирования и продвижения брендов, управления торговыми марками, их позиционирование и развитие с учетом маркетинговых стратегий фирмы.	5	КК 14 – PO5, PO11
	Управление торговыми марками	В рамках изучения дисциплины формируется целостное систематического представление о сущности и содержание торговой марки, методологические основы управления торговыми марками. А также вопросы лояльности потребителей торговой марки, защитные барьеры, позиционирование и имидж, их развитие с учетом маркетинговых стратегий фирмы.	5	КК14 – PO3, PO11
37	Промышленный маркетинг	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, методы исследование рынка и др.	5	КК 16 - PO 3, 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.	5	КК 16 - PO3, PO9
38	Стратегический маркетинг	В процессе изучения курса раскрывается содержание стратегической маркетинговой деятельности, предпосылки возникновения и условия развития стратегического маркетинга, современные черты стратегического маркетинга, необходимость сбалансированности и гармонизации интересов фирмы, потребителей и общества. Даны критерии классификации, генезис и виды стратегий, этапы формирования и реализации стратегии.	5	КК 16 – PO6, PO11
	Корпоративное управление	Дисциплина предназначена для формирования у студентов системы знаний о целях, стратегиях, функциях и	5	КК 16 – PO4, PO 6

		методах управления корпорациями в Казахстане и за рубежом, а также навыков решения практических задач корпоративного управления		
39	Организация агробизнеса	В курсе рассматриваются понятие, значение и особенности агробизнеса, структура и современное состояние агробизнеса в Казахстане, характеристика отраслей пищевой промышленности, понятие сырья, его классификация и варианты размещения сырьевой базы, вопросы организации меж-хозяйственных и экономических связей в сфере производства, переработки, хранения и реализации сельскохозяйственной продукции.	6	КК 16 – PO5, PO 12
	Экономический анализ	Курс формирует знания и навыки маркетингового анализа рынка исходя из конкретной ситуации на рынке, составление производственной программы как инструмента маркетинга. Организация и контроль маркетинга. Разработка и принятие решений, касающихся ассортимента и производственной программы, политики ценообразования на предприятии.	6	КК 16 – PO9, PO12

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	244	7320	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 Суяунбая, 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@Korqaz.kz
6	ИП «Kidsstore.kz»	город Нур-Султан Проспект Мангилик Ел, дом №53, 338 тел.: 8 (702) 6500550	E-mail.: kidsstore.kz@mail.ru