"ESIL UNIVERSITY" МЕКЕМЕСІ

КЕЛІСІЛДІ:
"ESIL University" мекемесінің
ғылыми-әдістемелік кеңесі
№ 7 хаттама "10" 02 2026 ж.

БЕКІТЕМІН
Ғылыми-әдістемелік кеңесінің төрағасы,
Бірінші проректор - Академиялық қызмет
жөніндегі проректор
_____ Мақыш С.Б.
"10" 02 2026 ж.

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
2026 жылғы қабылдау
Дайындық бағыты 6B041 Бизнесті басқару
«Digital маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша
Күндізгі оқу нысаны
Траектория 1: Digital маркетинг 2. Шағын және орта бизнестегі маркетинг

Берілетін дәреже: Бизнес және менеджмент бакалавры
білім беру бағдарламасы бойынша – Digital маркетинг

№	Пәннің атауы	Пәннің қысқаша мазмұны	Пререквизиттер	Постреквизиттер	Академиялық кредиттер саны	Пәнді оқу нәтижелері бойынша алынатын құзыреттер
1	2	3	4	5	6	7
Жалпы білім беретін пәндер (5 академиялықкредит)						
1	Кәсіпкерлік негіздері және қаржылық сауаттылық	Пәннің мақсаты – кәсіпкерлік, қызметтері және бизнесті жүргізудің негізгі принциптері туралы білім алу; кәсіпкерлік қызметтің саласын және ұйымдық-құқықтық нысанын таңдау мәселелері бойынша практикалық дағдыларды дамыту; құқықтық құжаттарды әзірлеу, бизнес-жоспар әзірлеу мәселелерінде, жеке қаржыға қатысты шешімдер қабылдау кезінде ұтымды қаржылық мінез-құлық, сонымен қатар цифрлық технологияларды қолдану арқылы қаржылық қызметтерді тұтынушылар ретінде олардың	Экономикалық теория	Маркетингтік зерттеулер, Маркетингтік коммуникациялар		**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білуге тиіс**: кәсіпкерлікті дамытудағы қоршаған ортаның рөлі; кәсіпкерлік шешімдерді қабылдау технологиясы; кәсіпорынның ішкі ортасының негізгі құрамдас бөліктері; кәсіпкерлік қызметтің ұйымдық-құқықтық нысандары; құрылтай құжаттарының ерекшеліктері; мәні кәсіпкерлік тәуекел және тәуекелді төмендетудің негізгі жолдары; кәсіпкерлер жауапкершілігінің сипаты мен түрлері; қаржылық талдаудың әдістері мен құралдары; кәсіпкерлік қызмет тиімділігі көрсеткіштерінің жүйесі.

		құқықтары мен мүдделерін қорғауға қатысты процестерді сыни тұрғыдан бағалау және талдау мүмкіндігі.				Қаржы қызметтерін тұтынушы ретінде өзіңіздің заңды құқықтарыңыз бен мүдделеріңізді білу және қорғау, қаржылық алаяқтық белгілерін тану және жеке қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз ету Қаржы нарығының әртүрлі құралдарына ақша активтерін инвестициялау негіздерін, әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы фирмалар мен кәсіпорындардың жұмыс істеу механизмдерін білу және түсіну, бұл практикалық қызметті жүзеге асыру кезінде тиімді шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді **Істей алу керек:** бизнесті құрудың тиімді жүйесін құру үшін алған білімдерін қолдану және кәсіпкерлік саласындағы аргументтерді әзірлеу және мәселелерді шешу үшін қажетті құзыреттілікке ие болу; өз бизнесін ашу үшін құжаттар пакетін ресімдеу; кәсіпорынның стратегиясы мен тактикасын әзірлеу; кәсіпкерлердің жауапкершілік түрлерін ажырату. Салықтарды есептеу және оңтайландыру, міндетті зейнетақы жарналары мен басқа да төлемдерді есептеу дағдыларын, сақтандыру өнімдерін қолдана білу. Қаржылық тәуекелдер, дағдарыстар, алаяқтық және басқа да қолайсыз факторлардың әсерін бағалау негізінде жеке қаржылық бюджетті басқару, жеке бюджетті жоспарлау, қаржылық өнімдер мен инвестициялық құралдарды пайдалану бойынша аналитикалық дағдыларды дамыту. **Меңгеруі тиіс:** Қаржылық заңдар мен ережелерді, цифрлық және қаржылық технологияларды, соның ішінде мобильді қосымшаларды қолдану негізінде ұтымды қаржылық тәртіпке кепілдік беретін заманауи қаржы құралдарын пайдалану дағдылары; Сақтандыру өнімдерін пайдалана отырып, міндетті зейнетақы жарналарын және басқа төлемдерді есептеу дағдылары. Іскерлікті ұйымдастыру жолдарын таңдау дағдылары; кәсіпорындағы немесе ұйымдағы аналитикалық жұмыс; бизнес-жоспар жазу дағдылары; кәсіпкер қызметінің әлеуметтік

					5	тиімділігін бағалау бойынша өзіндік ұстанымын қалыптастыру дағдылары.
2	Экономика және құқық негіздері	Пән студенттердің экономика және құқық саласындағы базалық даярлық деңгейін, экономикалық сауаттылықтың базалық деңгейін және қоғам өміріндегі болып жатқан өзгерістерге бағдарлау және әлеуметтік бейімделу үшін қажетті негізгі құқықтық ұғымдарды қалыптастыруды; экономикалық ойлау мәдениетін қалыптастыруды; қазақстандық құқық және құқықтық нормалар салаларының негізгі ережелерін қамтамасыз етеді	Экономикалық теория	Маркетингтік зерттеулер, Маркетингтік коммуникация лар		**Пәнді игеру нәтижесінде студент:** **Білуі тиіс:**Экономиканың жұмыс істеуінің негізгі экономикалық ұғымдары, санаттары мен заңдары; микро-және макроэкономикалық талдаудың принциптері мен әдістері; экономикалық жүйелердің түрлері мен ерекшеліктері, Қоғамның Экономикалық даму заңдылықтары; жеке және Ұлттық ұдайы өндіру тетіктері; Мемлекеттік қызметтің этикалық стандарттары және академиялық парасаттылық нормалары; экономикалық, әкімшілік және қылмыстық қызмет саласындағы заңнама; **Істей алуы тиіс:** Практикалық міндеттерді шешуде микро - және макроэкономикалық талдау әдістерін қолдану; қоғамның экономикалық өмірінің заңдылықтары мен тенденцияларын анықтау, экономикалық проблемаларды шешу жолдарын анықтау; микро - және макро деңгейлерде ұдайы өндіру процестерін талдау, экономикалық өсудің тиімділігін бағалау; мемлекеттік қызметте қызметті жүзеге асыру кезінде құқықтық және экономикалық білімді пайдалану; Экономика саласындағы құқық бұзушылықтарға талдау жүргізу, талдамалық және қызметтік құжаттар; **Меңгеруі тиіс:** Экономикалық талдау, модельдеу және статистикалық деректерді өңдеу дағдыларымен; экономикалық процестерді салыстырмалы және жүйелі талдау әдістерімен; ресурстар мен макроэкономикалық көрсеткіштерді пайдалану тиімділігін бағалау құралдарымен; сыни ойлау, құқықтық аргументация және академиялық жазу дағдыларымен; экономикалық саладағы құқық қолдану, талдамалық және сараптамалық жұмыс әдістерімен; сыбайлас жемқорлық көріністері мен құқықтық тәуекелдердің алдын алу құралдарымен; мінез-құлықтың кәсіби мәдениетімен және Мемлекеттік қызмет саласындағы іскерлік өзара іс-қимыл.

Базалық пәндер (ЖОО компоненті) (академиялық кредит -66)/ (таңдау компоненті) (академиялық кредит -39)						
3	Экономикалық теория	Пән үй шаруашылығының заңдылықтары мен аралас әлеуметтік-бағдарлы экономиканың әртүрлі деңгейлеріндегі шаруашылық жүргізуші субъектілердің ұтымды мінез-құлқы туралы, оның маңызды сипаттамаларын ашу мақсатында ұдайы өндіріс процесіндегі терең себеп-салдарлық байланыстар туралы білім береді; ресурстары шектеулі әлемде шаруашылық субъектілерінің (өндірушілер, сатушылар, сатып алушылар) экономикалық таңдауы туралы; шаруашылық қызметі және ұдайы өндіріс процесіндегі адамдар арасындағы экономикалық қатынастар туралы	Қажет етпейді	Digital маркетинг негіздері	3	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы **Білу:** пәннің ұғымдық-категориялық аппараты; экономика тарихының даму заңдылықтары, негізгі экономикалық ұғымдардың мәнін ашуға жетекші теориялық тәсілдер; қоғамдық өндірістің формалары, құрылымы және нәтижелері; экономикалық дамудың құрылымдары және экономикалық жүйелердің сапалық әртүрлілігі **Білу:** әр түрлі әдістерді қолдана отырып, (графикалық, аналитикалық) экономика мәселелерін түсіндіру; пәнді оқытуда математикалық әдістерді қолдану **Иелік ету:** дағдыларын экономикалық ақпаратты талдау, өңдеу; Оқу құралдарымен, электронды оқулықтармен, интернет көздерімен, мерзімді басылымдармен, әртүрлі экономикалық көздермен, сонымен қатар кестелермен, графиктермен, диаграммалармен және т.б. өзіндік жұмыс.
4	Экономикадағы математика	Пәнді оқу студенттерді теориялық және практикалық есептерді шешуге қажетті математикалық аппараттың негіздерімен таныстыруды, студенттерге математика және оның қосымшалары бойынша оқу әдебиеттерін өз бетінше оқи білуді, логикалық ойлауды дамытуды және математикалық мәдениеттің жалпы деңгейін көтеруді, қолданбалы сұрақтарды математикалық зерттеу дағдыларын дамытуды және есепті математикалық тілге аудара білуді мақсат етеді.	Қажет етпейді	Эконометрика	5	Білуі керек: негізгі анықтамаларды, теоремаларды, ережелерді, математикалық әдістерді және практикалық қолдануды білу; - математика әдістері туралы, оның басқа ғылымдардың дамуындағы рөлі туралы, математикалық әдістер қайда және қалай қолданылады; - курс бағдарламасында қарастырылған барлық тақырыптарға есептерді шешуде практикалық дағдыларды меңгеру;; - өз білімін өз бетімен толықтыра білу мен қабілетін дамыту.
5	Микроэкономика	Пәнді меңгерудің мақсаты – бағалау және талдау әдістемесі, сондай-ақ микроэкономикалық деңгейде нарықтық ортаның оқиғаларын болжау, экономиканың «шағын» субъектілерінің, мысалы, фирманың, фирманың, фирманың, кәсіпорынның, кәсіпорынның, шаруашылық жүргізуші	Экономикалық теория	Digital маркетинг негіздері	3	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы Білу: - микродеңгейдегі экономиканың жұмыс істеу ұғымдары мен категориялары, заңдары мен теориялары, - нарықтық механизмнің жұмыс істеу механизмі. Білу:

		субъектілерінің проблемалары туралы білімді қалыптастыру. жеке тұтынушы, тауарлар мен ресурстар нарығы; микроэкономикада жалпы қабылданған оңтайлылық пен тиімділік критерийлерін ескере отырып, әртүрлі басқару шешімдерін бағалау дағдылары; жеке нарықтардың тепе-теңдік күйлерін сипаттайтын стандартты теориялық модельдердің әртүрлі нарықтық жағдайларын сипаттауға негізделген дағдыларды қалыптастыру				- жекелеген тауарлар, қызметтер мен ресурстар нарығында баға белгілеуге қандай да бір факторлардың әсерін талдау үшін сұраныс пен ұсыныс теориясын, оның ішінде икемділік теориясын пайдалану; - тұтынушының мінез-құлқын талдау; - әр түрлі нарық жағдайында өндірушінің шығындар құрылымы мен мінез-құлқын талдау; - нарықтың жетілмегендігін және мемлекеттік реттеуді талдау. Иелік ету: дағдыларын құру оңтайландыру және тепе-теңдік микроэкономикалық модельдер, - нарықтық экономика факторларын талдау экономиканың нақты секторларындағы тепе-теңдік
6	Менеджмент	Пән білім алушыларды басқару саласындағы теориялық біліммен қаруландыру және олардың менеджменттің үздік практикасын қолдану дағдыларын игеру мақсатында оқытылады.	Экономикалық теория	Жанжалдарды басқару	5	білуі керек: басқарудың мәні, менеджментке көзқарасты дамыту, басқару тәсілдері;менеджмент сыныптарының негізгі ғылыми еңбектері;ұйымдағы менеджердің рөлі мен орны, қазіргі басшыға қойылатын талаптар; басқарушылық шешімдердің мәні мен жіктелуі, басқарушылық шешімдерді дайындау және қабылдау технологиясы; компанияларды басқару практикасының қазіргі жағдайы. Ұйым мақсатының жүйесін анықтауды, оларды іске асырудың стратегиясы мен тактикасын әзірлеуді; ұйымның басқару объектісі ретінде жүйелік моделін жаңғыртуды; басқарудың ұйымдық құрылымын талдау және жобалау. Басқару мақсаттарын қою және ұйымның стратегиялық жоспарларын әзірлеу; басқару мәселелерін сыни талдау және шығармашылық шешу дағдыларын меңгеруі тиіс.; кәсіпорын персоналын ынталандыру бағдарламаларын әзірлеу кезінде мотивациялық теорияларды қолдану;нақты объектіні басқару жүйесін жетілдіру бойынша есептік-тәжірибелік жұмысты ресімдеу және көпшілік алдында қорғау.
7	Digital маркетинг негіздері	Курс кәсіпорынның цифрлық маркетингтік қызметін ұйымдастыру туралы білімді қалыптастыруды	Экономикалық теория	Маркетингтік зерттеулер, Маркетингтік	5	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: **білу:**

		қамтамасыз етеді. Онлайн-ортада тиімді ілгерілеудің негізінде жатқан digital-маркетингтің принциптерін, әдістерін және құралдарын зерттеуді қамтиды. SEO, контекстік жарнама, әлеуметтік медиа, веб-аналитика және CRM жүйелері сияқты бағыттарға ерекше назар аударылады. Курс цифрлық маркетингтік науқандарды басқару, тұтынушылардың интернеттегі мінез-құлқын талдау, экономиканың әртүрлі салалары мен салаларында digital стратегияларын әзірлеу және іске асыру мәселелерін қамтиды.		коммуникация лар		- цифрлық маркетингтің негіздері мен принциптері және оның кәсіпорынды басқару жүйесіндегі рөлі; - digital-маркетинг құралдары (SEO, контекстік және мақсатты жарнама, SMM, email-маркетинг, CRM, MarTech); -веб-аналитика әдістері және онлайн-науқандардың тиімділігін бағалау; - цифрлық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқының ерекшеліктері; -сандық ортадағы процестерді талдауға және болжауға мүмкіндік беретін тұжырымдамалық және әдістемелік аппарат. **Меңгеруі керек:** - практикалық қызметте digital-маркетинг құралдарын қолдану; - веб-аналитика деректерін талдау және нәтижелерді түсіндіру; - цифрлық маркетингтік науқандарды әзірлеу және жүзеге асыру; - Маркетингтік Шешімдер қабылдау үшін сандық зерттеу нәтижелерін пайдалану; - сандық маркетингтік орта факторларын талдау және жылжыту стратегияларын бейімдеу. **Білуге тиіс:** -digital-маркетингтің тиімділігін бағалау дағдылары (ROI, KPI, конверсия және т. б.); - сандық құралдармен және аналитикалық платформалармен жұмыс істеу дағдылары; -digital-стратегияларды әзірлеу және медиа-жоспарлау дағдылары; - цифрлық маркетинг саласындағы өзіндік аналитикалық және жобалық жұмыс дағдылары.
8	Экология және тіршілік қауіпсіздігі және тұрақты даму	Пәнді оқу студенттерде экология туралы ғылым ретінде, адам мен қоршаған ортаның өзара байланысы мен өзара тәуелділігі туралы түсініктерін қалыптастыруға мүмкіндік береді; адамды қоршаған ортаның негізгі қауіптілігін анықтау дағдылары; экологиялық жағдайды талдау және бағалау қабілеті; төтенше жағдайларда қорғау әдістері мен заманауи	Қажет етпейді	Философия	5	білу керек: Қазақстан Республикасының экология және төтенше жағдайлар саласындағы заңнамалық актілері; қауіпті және өте қауіпті жағдайларды бақылау әдістері; өмір қауіпсіздігін басқарудың нормативтік, техникалық және ұйымдастырушылық негіздері; адам қызметінің әлеуметтік және экологиялық зардаптары; табиғатты қорғаудың негізгі қағидаттары және табиғатты ұтымды басқару. Табиғи және техногендік сипаттағы

		технологияларын меңгеру дағдылары; қауіпсіздікті қамтамасыз ету және қоршаған ортаны қорғау мақсатында кәсіби қызметті ұтымды ету дағдылары				төтенше жағдайлардың құрбандарына алғашқы медициналық көмек көрсету; жағымсыз әсерлердің параметрлерін бақылау және олардың деңгейін бағалау; өмірдің қауіпсіздігін арттыру жөніндегі іс-шараларды жоспарлау және жүзеге асыру; табиғи және антропогендік экологиялық процестерді және оларды реттеудің мүмкін жолдарын анықтау және талдау; тірі ағзалар мен қоршаған орта арасындағы өзара іс-қимыл үлгісі туралы орнықты дамуды сақтау үшін тәжірибеде қолдануға болады. дағдыға ие: құтқару жұмыстарын жоспарлау және қатысу; жеке қорғану құралдарын пайдалану, зардап шеккендерге алғашқы медициналық көмек көрсету
	Сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениеттің негіздері	Курста құқықтың пайда болу, даму және қызмет ету заңдылықтарын, негізгі құқықтық ұғымдарды анықтауды, сонымен қатар қазақстандық құқықтың негізгі салаларының (конституциялық, әкімшілік, азаматтық, қылмыстық және т.б.) ролі туралы, басқа да нормалармен құқықтық мәселелерді шешуде бағдарлау үшін қажетті білімді ұсынады. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл шаралары және мемлекеттік сыбайлас жемқорлыққа қарсы стратегияларды іске асыру туралы кешенді көзқарасты қалыптастырады.	Қажет етпейді	Кәсіпкерлік негіздері және қаржылық сауаттылық		Білу керек: құқықтың және мемлекеттің іргелі теориялық негіздері, мемлекеттің дамуының келешегі, түрі, нысаны, элементі (құрылымы) және функциясы; негізгі институттар, принциптер, нормалар, мемлекет пен қоғамның әрекеттерінің актілері, адамдар, қоғам және мемлекеттің өзара байланысы, құқық, құқықтың түрлері мен құқықтары; мойындайды: гуманитарлық және әлеуметтік мамандықтардың негізгі заңдарын кәліктік аппаратты кәсіби түрде кәсіби лексиканы өз еркімен қолдануды қолдану; тұтастай алғанда қоғамды талдау, өзін-өзі алу және заңды (заңды) интернационализациялауды өндіру құқығының мәселесін шешу
9	Алгоритмдеу және бағдарламалау	"Алгоритмдеу және бағдарламалау" пәнінің мақсаты: компьютерлердегі есептерді шешудің негізгі кезеңдерін зерттеу, алгоритмдер мен олардың формальды сипаттамаларын түсіну, алгоритмдердің негізгі сипаттамаларын және оларды әзірлеуді, бағдарламалық алгоритмдердің негізгі түрлерін, принциптерін зерттеу, бағдарламалау парадигмаларында (процедуралық, логикалық, функционалды, объектіге	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	Деректерді визуализациялау\Үлкен деректермен жұмыс істеу (Big Data)|	3	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** Білуі керек: Компьютердегі есептерді шешудің негізгі кезеңдері. Алгоритм ұғымы және оның ресми сипаттамасы. Алгоритмдеу принциптері, соның ішінде тармақталған және циклдік алгоритмдер. Істей алу:

		бағытталған) құзыреттіліктерді қалыптастыру және бағдарламалау тілдерінің ерекшеліктері мен сипаттамаларымен танысу.				Компьютердегі есептерді шешу қадамдарын қолдана отырып, бағдарламалық шешімдерді әзірлеу. Бағдарламалық алгоритмдердің әртүрлі түрлерімен жұмыс жасау Меңгеру керек: Күрделі бағдарламалық шешімдердің әдістерін; Бағдарламалық алгоритмдерді талдау, жобалау және жөндеу әдістерін.
10	Макроэкономика	Пән экономикалық жүйе дамуының негізгі заңдылықтары, макроэкономикалық заңдар, категориялар, ұғымдар туралы білімді қалыптастыруға мүмкіндік береді; маңызды экономикалық және әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерді талдау және есептей білу; макроэкономикалық талдау және экономикалық жүйедегі макроэкономикалық процестердің ықтимал дамуын болжау дағдылары	Экономикалық теория, Микроэкономика	Өндірістік практика	5	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы Білуі тиіс: - макроэкономикалық модельдерді құрудың мәні мен ерекшеліктері (Солоу моделі, кейнсиандық крест, AD-AS, IS-LM); - кейнсиандық және Классикалық теория ережелерінің айрықша ерекшеліктері; Істей алуы керек: - макроэкономикалық модельдерді қолдана отырып, экономикалық агенттердің мінез-құлқын сипаттау және өзара әрекеттесуін белгілеу; - макроэкономикалық міндеттерді графикалық және аналитикалық тәсілдермен шешу және қорытындыларды тұжырымдау; Дағдылары болуы тиіс: - фискалдық, монетарлық және валюталық саясаттың макроэкономикалық көрсеткіштерге (өндіріс, жұмыспен қамту, баға және пайыздық мөлшерлеме)әсерін талдау дағдылары; - ұзақ мерзімді кезеңдегі экономикалық өсу факторларының әсерін талдау дағдылары; - заманауи ақпараттық технологияларды қолдану дағдылары.
11	Академиялық хат 1	Пән кәсіби құзыреттілікті қалыптастыру және аналитикалық мәтіндік қызметпен байланысты коммуникативтік құзыреттілікті кеңейту; білім алушыларда лингвистикалық және прагматикалық ойлау дағдыларын, тілдің мәнерлі бірліктерін талдау және коммуникацияның мақсаттары мен шарттарына байланысты қажетті бірлікті таңдауды сауатты жүзеге асыру	Қажет етпейді	Өндірістікк практика, Дипломдық жоба/жұмыс жазу және қорғау	4	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** академиялық жазу Жанрларының негізгі белгілері: эссе, аннотация, реферат, рецензия; **Меңгеруі керек**: композиция стилистикасы, автордың зерттеу стратегиясы, ғылыми мектепке қатыстылығы, ғылыми дәстүрге енуі тұрғысынан эссе мен ғылыми мақалаларды талдау; мәліметтерді интерпретациялай отырып эконометрикалық көпфакторлы модельдер құру;

		дағдыларын қалыптастыру мақсатында оқытылады.				**Меңгеруі тиіс:** электрондық ресурстарда беделді мақалаларды іздеу; аннотацияларды, рефераттарды, ғылыми мақалалар мен монографияларды, сондай-ақ рецензиялар мен эсселерді өз бетінше құру; ғылыми жұмыстарды көпшілік алдында ұсыну және талқылау.
12	Community Service Learning	Пән қоғамға қызмет етуді қоғамдық игілікті дамытуға ерікті үлес қосу және студенттерге әлеуметтік жауапкершіліктің жоғары деңгейін сіңіру нысаны ретінде түсінуді дамыту мақсатында оқытылады. Курс волонтерлік, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, ұжымдық даналық сияқты әлеуметтік тәжірибелерді жүзеге асыру дағдыларын қалыптастырады. Білім алушыларға өздерінің кәсіби құзыреттерін (заңгерлік, маркетингтік, экономикалық консалтинг, копирайтинг және т. б.) дамыту үшін өтеусіз коммерциялық қызметтер көрсетілетін практикалар көзделген.	Қажет етпейді	Қажет етпейді	3	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білуге тиіс**: бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі, волонтерлік, қайырымдылық, меценаттық, әлеуметтік көмек саласындағы Қазақстан Республикасының заңнамалық актілерін; қоғамға қызмет етудің негізгі мағыналарын, принциптерін, этикалық нормаларын, мақсаттарын, нысандарын, мазмұнын. **Іске асыру керек**: Әлеуметтік көмек көрсетуге мұқтаж жеке және заңды тұлғалардың қажеттілігін анықтау және бағалау; қоғамға қызмет етудің түрлі бағыттары бойынша қызмет көрсету бойынша командаларды қалыптастыру; қоғамға қызмет етудің нысандары бойынша іс-шараларды жоспарлау және жүзеге асыру; өткізілген іс-шаралардың қорытындылары бойынша рефлексияны жүзеге асыру және жоспарларды, стратегиялар мен тактиканы түзету қолынан келуі керек. **Меңгеруі тиіс**: волонтерлікті, краудсорсингті, краудфандингті, фандрайзингті, Қайырымдылықты ұйымдастыру әдістері.
13	Бухгалтерлік есеп	Кәсіпорындағы бухгалтерлік есеп және аудит жүйесін сауатты ұйымдастыру пайдаланушыларға олардың басқару шешімдерін қабылдау үшін қажетті экономикалық ақпараттың шынайылығына, өндірістің пайдаланылмаған резервтерін уақтылы анықтауға және оның рентабельділігін арттыруға көмектеседі.	Экономикалық теория	Стратегиялық маркетинг	5	бухгалтерлік есеп негіздері бойынша принциптерді, тұжырымдамаларды, әдістерді білу; бухгалтерлік есепті нормативтік реттеу;бастапқы және жиынтық бухгалтерлік құжаттамамен жұмыс істей алу, бухгалтерлік жазбалар құру, есеп ақпаратын құрастыру үшін пайдалану; активтерді, міндеттемелерді, капиталды есепке алу, кірістер мен шығыстарды есептеу, кәсіпорындарда Стратегиялық жоспарлау үдерісі үшін қажетті есеп ақпаратын қалыптастыру дағдыларын меңгеру;ХҚЕС сәйкес қаржылық есептілікті

						құрастыру мәселелерінде кәсіби ойлауды қалыптастыру құзыретті болу
14	Қаржы	«Қаржы» пәні студенттерді қаржылық санатын, тұжырымдамалар мен мерзімдерді, олардың жіктелуін, әлеуметтік-экономикалық процестердегі орны мен мәнін игерудегі теориялық және практикалық дайындықтарын қамтамасыз етуге бағытталған. Қаржы сипатын, олардың жұмыс істеу ерекшеліктерін, әлеуметтік өндірісті тиімді дамыту санаттарының механизмін, қаржы ұйымдарын ұйымдастырудың формалары мен өзара әрекеттестігі мен олардың әдістерін зерттейді.	Экономикалық теория	Стратегиялық маркетинг	5	мемлекеттік қаржыны, шаруашылық жүргізуші субъектілер мен қаржы институттарын ұйымдастыру және басқару негіздерін білу; қаржылық қатынастар субъектілері қызметінің терминологиясы мен ұғымдарын білу. - мемлекеттің, шаруашылық жүргізуші субъектілер мен қаржы институттарының ақша ағындарын талдай білу. - қоғамдық құрылыстың түрлі деңгейлерінде қаржылық ресурстарды қалыптастыру және пайдалану бойынша шешімдер қабылдау үшін қаржыны басқару дағдыларын меңгеру
15	Статистика	Пәнді оқытудың мақсаты статистикалық әдіснаманың: жалпы қағидалары, әдістері, жинау, өңдеу және талдау әдістерін, статистикалық көрсеткіштердің әдіснамалық талдауы, қоғамдық-әлеуметтік құбылыстар мен заңламаларының даму тенденцияларын өңдеу және олардың сандық сипаттамаларын зерттеу.	Математикадағы экономика	Маркетингтік зерттеулер	3	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы Білу: Статистиканың пәні, әдісі және міндеттері; Статистикалық ғылымның жалпы негіздері; Мемлекеттік статистиканы ұйымдастыру принциптері; статистикалық есепке алуды дамытудың қазіргі заманғы үрдістері; информатиканы жинаудың, өңдеудің, талдаудың және көрнекі көрсетудің негізгі тәсілдері; қолданыстағы статистикалық есептіліктің негізгі нысандары мен түрлері; әлеуметтік-экономикалық құбылыстарды сипаттайтын статистикалық көрсеткіштерді есептеу техникасы. Істей алуы керек: статистикалық ақпаратты жинау және тіркеу; бақылау материалдарын бастапқы өңдеу мен бақылауды жүргізу; статистикалық көрсеткіштердің есептеулерін орындау және негізгі қорытындыларды тұжырымдау; Меңгеруі: оқытылатын әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестерді, оның ішінде есептеу техникасы құралдарын пайдалана отырып, кешенді талдауды жүзеге асыра білу.

16	Эконометрика	Студенттердің қазіргі заманғы проблемалар саласындағы білім мен дағдыларды, экономикалық процестерді эконометриялық зерттеу әдістерін иемденуін қамтиды. Экономикалық модельдер құру және олардың параметрлерін бағалау, экономикалық көрсеткіштердің қасиеттері туралы гипотезаларды және олардың өзара қатынастарының нысандарын тексеру. Эконометрикалық талдау экономикалық талдау және болжау үшін негіз болып табылады, ол дұрыс экономикалық шешімдер қабылдау үшін мүмкіндік береді.	Математикадағы экономика,экономикалық теория	Маркетингтік зерттеулер	4	Білу керек: эконометриялық модельдің концепциялары мен тәсілдерін сипаттайды. Статистикалық заңдылықтарды түсіну және талдау. Көп сызықтық регрессияны және коэффициенттердің геометриялық интерпретациясын анықтау. Корреляция түрлерін сипаттау. Істей алу керек: бу байланысын регрессиялық талдау білімін, регрессия теңдеуінің коэффициенттерін есептеу үшін ең кіші квадраттар әдісін қолдану. Сызықтық регрессия коэффициенттерінің статистикалық маңыздылығын талдау. Детерминация коэффициенті мен мәнін есептеу. Қолдана алу керек: логарифмдік, жартылай логарифмдік регрессиялық модельдерді қолдану тиімділігін анықтау. Дарбин-Уотсон өлшемдерін қолдану.
17	Маркетингтік коммуникациялар	Маркетингтік коммуникациялардың теориялық негіздері мен заманауи тұжырымдамалары, жарнамалық қызметті ұйымдастыру және жарнамалық науқандарды өткізу әдістері зерттеледі. Жарнаманы жоспарлау мен бақылауды жүзеге асырудың ерекшеліктері ашылады. Әр түрлі салалардағы Маркетингтік коммуникациялардың ерекшелігі қарастырылады, жаңа коммуникациялық технологиялар, корпоративтік деңгейдегі стратегиялық коммуникациялық шешімдер түсіндіріледі	Digital маркетинг негіздері	Тауарлар мен қызметтер жарнамасы	5	Білуі тиіс: маркетингтік коммуникация саласындағы негізгі ұғымдар мен санаттарды, нарық жағдайында осы санаттардың жұмыс механизмін түсінуді; маркетингтік коммуникациялар кешенінің құрылымын және кәсіпорындағы маркетингтік коммуникациялардың рөлін; меңгеруі керек: арнайы терминологияда бағдарлау және оқу әдебиеттерімен өз бетінше жұмыс істеу; аспаптық деңгейде маркетингтік коммуникацияларды басқару; кәсіпорында маркетингтік коммуникация қызметін ұйымдастыру; дағды: - кәсіпорындағы маркетингтік коммуникациялардың арналарын ұйымдастыру; маркетингтік коммуникациялардың әлеуетті мүмкіндіктерін талдау және корпоративтік деңгейде стратегиялық коммуникациялық шешімдер
18	"StartUp әзірлеу"	"Startup әзірлеу" пәні идеяны іздеуден бастап өнімнің нарыққа шығуына дейін өміршең минималды өнімді (MVP) құру процесіне бағытталған. Курс өз өніміңізді құрудың барлық процесін, Soft Skills-ті дамытуды, топтық жұмысты және іскерлік дағдыларды қамтиды. Студенттер рефлексия, сыни ойлау,	Кәсіпкерлік және қаржылық сауаттылық негіздері	Өндірістік практика және мемлекеттік аттестация	3	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: - Әлеуметтік және кәсіби міндеттерді шешуде экономикалық ғылымдардың негізгі ережелері мен әдістерін қолдану; - инновациялық идеяны тұжырымдау, іске асыру және дамыту; - стартаптың талантты және жұмысқа қабілетті командасын қалыптастыру;

		интернет-коммерция қағидаттарымен танысу, өз өнімдерін таныстыру, нарықта өз бетінше өмір сүру, өзгеріп отырған сыртқы жағдайларға жедел және икемді әрекет ету, командалық жұмыста жауапкершілікті өз мойнына алу, жаңа бизнес - идеяларды іске асыруға үйренеді				- мақсатты аудиторияға экономикалық, әлеуметтік зерттеулер мен сауалнамалар жүргізу (тестілеу және т. б.); - даму стратегиясын әзірлеу; - негізделген және іске асырылатын бизнес-жоспарды әзірлеу; - Стартапты дамытуға және масштабтауға капитал тартудың барлық мүмкін жолдарын пайдалану; - Стартапты бағалауды жүргізу
19	Маркетингтік зерттеулер	Маркетингтік зерттеулердің мәні мен мәні қарастырылады. Маркетингтік зерттеулердің мақсаты, міндеттері, нысандары оқытылады. Маркетингтік зерттеулер жүргізу қажеттілігін анықтау әдістемесі ашылады. Маркетингтік зерттеулер жүргізу, әртүрлі кәсіпорындарда маркетингтік зерттеулерді жүзеге асыру үшін ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің негізгі әдістерін, тәсілдері мен құралдарын меңгеру дағдылары қалыптасады	Digital маркетинг негіздері, Статистика	Интернет маркетинг	5	Білу: басқарудың маркетингтік тұжырымдамасының мазмұнын; маркетингтік зерттеулер әдістерін; маркетингтік коммуникация негіздерін; маркетинг саласындағы құбылыстарды зерттеуге, талдауға және болжауға мүмкіндік беретін ұғымдық және әдістемелік аппаратты Істей алу керек: - практикалық қызметте маркетингтің негізгі санатын пайдалануды; - маркетингтік зерттеулер нәтижесінде алынған ақпаратты пайдалануды; - операциялық маркетингтің міндеттерін қоюды және шешуді; - кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін бағалауды жүргізуді; - маркетингтік зерттеулер жүргізуді, олардың нәтижелерін талдауды және маркетингтік шешімдер қабылдауды; - маркетингтік орта факторларын зерделеуді және талдауды, маркетингтік шешімдер қабылдауды. Меңгеруі керек: тұтынушылармен жұмыс істеу дағдысы; мақсатты маркетингтің стратегиясы мен тактикасын әзірлеу және іске асыру дағдысы; практикалық жағдайларда теориялық білімді қолдану дағдысы, сондай-ақ кәсіби қызмет үшін қажетті құзыреттіліктерді қалыптастыру

20	Тұтынушылардың мінез-құлқы	Тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторлар, сатып алу мінез-құлқының түрлері оқытылады. Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі туралы білімді жүйелендіруге ықпал етеді, сатып алушылардың тұтынушылық қалауын қалыптастыру ерекшеліктерін түсіндіреді. Сатып алу тәртібіне кешенді талдау жүргізу, сатып алушының перспективаларын іздеу және бағалау дағдылары қалыптасады.	Экономикалық теория, Digital маркетинг негіздері	Тауарлар мен қызметтер жарнамасы	5	білуі керек: өнім тұтынушыларының тұтынушылық мінез-құлқы туралы дұрыс түсінік қалыптастырудың негізгі принциптерін; тұтынушылық мінез-құлық моделі; істей білуі керек: нақты өнімге сұраныстың төмендеуімен байланысты проблемаларды анықтай алады, оларды шешудің жолдарын ұсынады және шешімдердің салдарын болжайды; әртүрлі жағдайдағы тұтынушылардың мінез-құлқын сипаттайтын факторларды анықтаңыз және әртүрлі жарнамалық әсерге байланысты тұтынушы мінез-құлқының себептерін табу; ие: алынған ақпаратты өңдеуге арналған әдістер мен бағдарламалық өнімдерді; саладағы кәсіпорындардың өнімдеріне баға белгілеу негіздерін білу; ұлттық және халықаралық экономикадағы өзгерістерді ескере отырып, саланың даму перспективаларын болжау әдістері.
21	Коммерциялық қызметті ұйымдастыру	Сауда кәсіпорындарының технологиясы мен ұйымдастыру, тауар қозғалысы процесін құру саласында теориялық білімді игеру және практикалық дағдыларды игеру; - көтерме және бөлшек саудадағы коммерциялық қызметтің мәні мен мазмұнын зерттеу; - көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарында сауда процестерін ұйымдастыру мен технологиясын зерделеу.	Экономикалық теория, Digital маркетинг негіздері	Интернет маркетинг		**Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу**: кәсіпорындардың тауар ассортиментін қалыптастыру ерекшелігін, оны талдау және бағалау әдістемесін; сауда қызметінің әр түрлі түрлері кәсіпорындарының тауарларды сату нысандары мен әдістерін ұйымдастыруды.; **Істей білу**: нарық талаптарын ескере отырып, тауар ассортиментін қалыптастыру; тауарларды сатып алу және өткізу (сату) нарығында жеткізушілермен және сатып алушылармен жұмысты ұйымдастыру; тауарлар нарығында сервистік қызмет көрсету жүйесін ұйымдастыру **Меңгеру**: нарықты және тұтынушылық сұранысты зерттеу және қалыптастыру әдістері мен құралдары; кәсіпорынның функционалдық коммерциялық қызметін жүзеге асыру әдістері мен құралдары
22	Жасанды интеллект негіздері	Бағдарламаның мақсаты теориялық білімді ұсыну және бағдарламалық құралдар мен жасанды интеллект әдістерін практикалық қолдану саласында теориялық білім мен	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	Интернет маркетингі	5	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** - Жасанды интеллекттің негізгі ұғымдары мен тарихын. - Білімді бейнелеу модельдерін.

		дағдыларды пайдалану саласындағы құзыреттер кешенін дамыту, теорияның қазіргі жағдайы туралы тұтас түсінік пен әртүрлі мақсаттарға арналған интеллектуалды жүйелерді құру тәжірибесін қалыптастыру.				- Жасанды интеллекттің мүмкіндіктері мен шектеулерін. - ЖИ технологияларының қоғамға әсерін. **Меңгеруі керек:** - Жасанды интеллекттің әртүрлі салаға ықпалын талқылау. - ЖИ әдістерін күнделікті өмірде қолдану. - Интеллектуалды жүйелерді әртүрлі міндеттерді шешуде пайдалану. **Меңгеруі тиіс:** - Интеллектуалды жүйелермен жұмыс істеу дағдыларын. ЖИ әдістері мен тәсілдерін практикалық міндеттерді шешуге қолдану.
23	Бизнес ағылшын тілі	Пәнді оқу студенттерге қауіпсіздіктің халықаралық стандартты жалпы ғылыми және ғылыми және кәсіби деңгейіне жетуге мүмкіндік береді. Негізгі бағыттары коммуникативті, іскерлік полемикалық дағдыларды одан әрі жетілдіру; түрлі коммуникациялық және іскерлік салаларда және қарым-қатынас жағдаяттарында ауызша және жазбаша сөйлеуде шығармашылық дағдыларды дамыту	Ағылшын тілі	Академиялық ағылшын тілі	5	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білуі керек**: шет тіліндегі қарым-қатынастың лексикалық және грамматикалық минимумын, өз саласындағы шет тіліндегі терминологияны; кәсіби, ғылыми, қоғамдық-саяси қарым-қатынас саласындағы ауызша және жазбаша сөйлеудің ерекшелігін; кәсіби қарым-қатынас саласындағы шет тілінің сөздік құрамының стилистикалық ерекшеліктерін; **Меңгеруі керек**: кәсіби және ғылыми қоғамдық-саяси қарым-қатынас саласында өзінің ауызша және вербалды емес мінез-құлқын құру; әлеуметтік факторларға, қарым-қатынас жағдайына, әңгімелесушінің мәртебесіне және оның коммуникативтік ниетіне сай түрлі тілдік және сөйлеу құралдарын қолдану; **Иелену**: іскерлік, ақпараттық және іскерлік сипаттағы хабарламаларды есту арқылы қабылдау және түсіну.
24	Стратегиялық маркетинг	Нарықтық экономикадағы стратегиялық маркетингтің рөлі және әртүрлі маркетингтік стратегиялар зерттеледі: бәсекеге қабілетті, тауарлық, баға. Турбуленттілік жағдайында маркетингтің ерекшеліктері түсіндіріледі, нарықтың тартымдылығын талдау және маркетингтік стратегияны таңдау талданады. Стратегиялық маркетингтік жоспарлау процесінің мазмұны, тарату арналары, баға белгілеу бойынша	Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс	5	Білуі керек: стратегиялық маркетингтің категориялық-ұғымдық аппаратын, маркетингтің негізгі стратегиясын, бәсекелестік артықшылығын Талдау әдістемесін; Сатып алушылардың мінез-құлқына талдау жүргізу, нарықтың бәсекеге қабілеттілігіне талдау жүргізу, кәсіпорынның стратегиялық жоспарын құру; Меңгеру:маркетингтік стратегияларды жасау дағдысы.

		стратегиялық шешімдерді әзірлеу әдістері ашылады.				
25	Өнеркәсіптік маркетинг	Өнеркәсіптік маркетингтің түсінігі, мақсаттары мен міндеттері, принциптері, өнеркәсіптік кәсіпорындағы маркетингтің даму факторлары, өнеркәсіптік кәсіпорындағы маркетингтік қызметтің құрылымы мен әдістері оқытылады. Қазақстандағы өнеркәсіп кәсіпорындарының ассортименттік, бағалық, өткізу, коммуникациялық саясатының ерекшеліктері қарастырылады. Өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингін ұйымдастыру және бақылау ерекшеліктері ашылады.	Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс		Өнеркәсіптік кәсіпорындарда маркетингтік қызметті ұйымдастыру тәсілдерін білу; - өнеркәсіптік нарықтар мен өнеркәсіптік сатып алушылар; - өнеркәсіптік маркетингтегі маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру ерекшеліктері; - өнеркәсіптік нарықтарда өткізу жүйесін ұйымдастыру тәсілдері; - өнеркәсіптік сатуды басқару принциптері. Білу керек: - өндірістік кәсіпорындарда маркетингтік қызметтің жұмысын ұйымдастыру; - өнеркәсіптік тауарлар нарықтарында сұранысқа талдау жүргізу; - өнеркәсіптік сатып алуды жүргізу және сатып алу тәртібін талдау; - өнеркәсіптік маркетингте баға құру стратегиясын құру; - өнеркәсіптік дистрибуция стратегиясын құру. Өнеркәсіптік тауар нарықтарында сұранысты талдау әдістерін; өнеркәсіптік нарықты сегменттеу әдістерін меңгеру.
26	Деректерді визуализациялау	Пәнді оқытудың мақсаты – студенттерде деректерді тиімді дайындау, талдау және визуализациялау, басқару мәселелерін шешуге арналған бақылау тақталарын әзірлеу, деректерді талдау және бақылау тақтасын әзірлеуде практикалық дағдыларды қалыптастырудың принциптері, әдістері, құралдары туралы теориялық білімдерін қалыптастыру. кәсіби бизнес мәселелерін шешу кезінде заманауи бағдарламалық орталар.	Алгоритмдеу және бағдарламалау	Тауарлар мен қызметтерді жарнамасы; Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау	5	**Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы**: Білуі керек: деректерді визуализациялаудың негізгі әдістері және оларды ақпаратты көрнекі түрде ұсыну үшін қолдану, деректердің үлкен көлемін өңдеу және талдау принциптері, деректермен жұмыс істеудің технологиялары мен құралдары, деректерге негізделген ақпараттандырылған шешімдер қабылдау үшін Деректерді талдаудың негізгі принциптері мен әдістері. Істей алу: практикалық есептерді шешу үшін тиісті құралдар мен әдістерді қолдана отырып, деректерді визуализациялау әдістерін қолдану, деректердің үлкен көлемін өңдеу және талдау. Меңгеру керек: деректерді өңдеуге және визуализациялауға арналған аспаптық құралдармен жұмыс істеу дағдылары, деректерді талдау принциптері, әдістері және оларды әртүрлі салаларда қолдану, контексттер мен қызмет салаларында деректерді өңдеуге және визуализациялауға байланысты міндеттерді тиімді шешу

27	Үлкен деректерді өңдеу (BigData)	Пән білім алушыларда әртүрлі кәсіби салаларда негізделген шешімдер қабылдау үшін деректерді талдау, өңдеу және визуализациялау бойынша әмбебап дағдыларды қалыптастыруға бағытталған. Пән аясында деректермен жұмыс істеудің негізгі кезеңдері қарастырылады: деректерді жинау, өңдеу және дайындау, талдау, интерпретациялау және нәтижелерді заманауи құралдар мен технологияларды қолдана отырып ұсыну. Ерекше назар аналитикалық ойлауды дамытуға, заңдылықтар мен үрдістерді анықтауға, сондай-ақ көрнекі визуализациялар мен интерактивті дашбордтар құруға аударылады. Қосымша түрде деректерді талдау және басқарушылық шешімдерді негіздеу үшін шешім қабылдауды қолдау жүйелерін (СППР) қолдану қағидаттары қарастырылады.	Алгоритмдеу және бағдарламалау	Өндірістік/ дипломалды/ тәжірибе, Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау		Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: Білуі тиіс: деректерді талдау, математика, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар және жасанды интеллект салаларындағы заманауи даму үрдістері мен қолданбалы жетістіктерді; деректерді талдау, өңдеу және визуализациялау терминологиясы мен негізгі ұғымдарын; шешім қабылдауды қолдау жүйелерінің (СППР) жұмыс істеу қағидаттары мен қолдану салаларын; Істей алуы тиіс: деректерді талдау және өңдеу есептерін шешу үшін қажетті уақыт пен есептеу ресурстарын бағалау; үлкен деректерді өңдеу алгоритмдерінің тиімділігін талдау; басқарушылық шешімдерді негіздеу үшін деректерді талдау әдістерін қолдану; талдау нәтижелерін интерпретациялау және оларды визуализация мен дашбордтар арқылы ұсыну; Меңгеруі тиіс: үлкен көлемдегі деректерді талдау және өңдеу бойынша практикалық міндеттерді шешу дағдыларын; деректерді визуализациялау және аналитика құралдарын; деректерді интеллектуалды талдау және шешім қабылдауды қолдау үшін бағдарламалық жүйелер мен СППР қолдану дағдыларын;
28	Ұйымдастырушылық мінез-құлық	Пән шеңберінде білім алушылар персоналды басқару тұжырымдамасын іске асыру процесінде жеке тұлғалар, топтар мен ұйымдар мінез-құлқының теориялық негіздері, ұйымдастырушылық мінез-құлықтың жеке және әлеуметтік-психологиялық негіздері туралы білім алады; Ұйымдастырушылық мінез-құлық процесінің мазмұнын талдай білу, әріптестермен кооперация процесінде қызметкерлердің мінез-құлқын қалыптастыратын факторларды талдай білу; әр түрлі ұйымдастырушылық, басқарушылық және әлеуметтік-экономикалық мәселелерді шешу, топтық динамиканы реттеу әдістерін қолдану	Digital маркетинг негіздері Менеджмент	Жанжалдарды басқару, Research Paper	4	**Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** жеке тұлғалар, топтар және жалпы ұйымдар мінез-құлқының теориялық негіздерін; ұйымдастырушылық мінез-құлықтың жеке және әлеуметтік-психологиялық негіздерін; басқару объектілері мен субъектілері мінез-құлқының заңдылықтары мен ерекшеліктерін. **Істей білу:** ұйымдастырушылық мінез-құлық және ұйымдастырушылық қатынастар процесінің мазмұнын талдау; ұйымдастырушылық мінез-құлық жүйесінің құрылымдық өзара байланысы мен мақсатты бағдарларын анықтау; Кәсіби қызметтің нақты объектілері мен субъектілерінің мінез-құлқын қалыптастыратын факторларды талдау.

		және командаларды, шығармашылық шағын топтарды құру дағдыларын игереді				**Меңгеру:** арнайы экономикалық және басқарушылық терминологияны; әртүрлі ұйымдастырушылық-басқарушылық және әлеуметтік-экономикалық міндеттерді табысты шешу дағдыларын.
29	Көтерме-бөлшек сауда	Көтерме және бөлшек сауда міндеттері, бөлшек сауда әдістері, сауда-технологиялық процестерді ұйымдастырудың негізгі принциптері, сауда жабдықтарының түрлері оқытылады. Жеке сауда кәсіпорны деңгейінде және жалпы салада сауда-технологиялық процестерді ұйымдастыру бойынша білім беріледі. Сауда желісін үздіксіз тауарлық жабдықтау және сатып алушыларға оңтайлы қызмет көрсету әдістері мен сату технологиясы оқытылады.	Digital маркетинг негіздері Менеджмент	Логистикалық жүйелер экономикасы		сауда тауарларының ассортиментін және қосымша және ілеспе қызметтерді қалыптастыру ерекшеліктерін, баға белгілеу әдістері мен стратегиясын, саудадағы сұранысты болжау негіздерін білу. көтерме және бөлшек сауда қатысушылары арасындағы тауар қозғалысы жүйесін жасай білу, тауарларды қоймада тиімді орналастыру. сауда кәсіпорындарын маркетингтік бағалаудың қазіргі заманғы, ғылыми принциптері мен әдістерін пайдалану дағдысын меңгеру
30	Академиялық ағылшын тілі	Пән академиялық ағылшын тілін меңгеру мақсатында оқытылады, бұл студенттерге академиялық тілді меңгеруге сауатты және саналы түрде қарауға мүмкіндік береді, бұл қол жеткізілген деңгейдегі дескрипторларда, модельденген сөйлеу формаларында және коммуникация түрлерінде (өз ойларын сауатты баяндау, мәтіндерді талдау, эссе жазу, іскерлік құжаттама) көрініс табады.	Бизнес ағылшын тілі	Диплом алды/Өндірістік практика	5	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** жалпы қарым-қатынас және Академиялық қарым-қатынас ұғымдарын, атап айтқанда, қарым-қатынастың негізгі параметрлерін және Академиялық қарым-қатынас ерекшеліктерін зерттеу; ғылыми стильдің кейбір жанрлық түрлерін анықтау және сипаттау, шет тіліндегі ауызша және жазбаша Академиялық қарым-қатынастың ерекшеліктерімен танысу; **Меңгеруі керек**: Академиялық қарым-қатынас мәдениеті туралы түсінік қалыптастыру: сөйлеу этикеті, академиялық ортадағы сөйлеу мінез-құлқының ұлттық-мәдени ерекшелігі; кәсіби қызмет саласындағы ақпаратты жинау, сақтау және өңдеудің заманауи әдістерімен танысу, нақты міндеттерді шешу үшін материал жинау әдістерін меңгеру; **Меңгеруі тиіс:** сөйлеу әрекетінің төрт түрінде Академиялық қарым-қатынас дағдылары мен іскерлігін дамыту: оқу, сөйлеу, жазу, тыңдау; алған фондық білімді игеру және жандандыру, толықтыру, кеңейту және өзектендіру стратегияларын әзірлеу
Бейіндік пәндер (ЖОО компоненті) (академиялық кредит -27)/ (таңдау компоненті) (академиялық кредит -20)						

31	Талдау және сату стратегиясы	Пән білім алушылардың әртүрлі мінез-құлық типтеріндегі клиенттер үшін ең тиімді сату стратегиялары туралы түсініктерін қалыптастыруды зерттейді. Бұл курс сатуды жоспарлау және бюджеттеу, сату тактикасы, сатуды талдау әдістері сияқты сату стратегиясының негізгі элементтеріне егжей-тегжейлі талдау жасайды. Пән келісімшарттарды тез құрастыру, сату стратегиясын дайындау, мәмілені сәтті жасау үшін жасалуы керек әрекеттерді әзірлеу дағдыларын дамытуға бағытталған.	Маркетингтік коммуникациялар	Маркетингтегі Digital технологиялар	5	Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: Білу: Сандық маркетингтің негізгі тұжырымдамалары мен құралдары (SEO, SMM, контент маркетингі, e-mail маркетингі, мақсатты жарнама).Сандық кеңістіктегі нарық пен бәсекелестік ортаны талдау әдістері. Білу: сандық құралдарды қолдана отырып сату стратегиясын жасау. Деректерді талдау негізінде мақсатты аудиторияны қалыптастыру және сегменттеу. Талдау нәтижелері мен стратегиялық ұсыныстарды құрылымдық түрде ұсыну (SWOT, PEST, customer Journey Map). Иелік ету: сандық ортада сату шұңқырын құру дағдылары. Стратегиялық ойлау дағдылары және сатылымдарды өзгермелі цифрлық трендтерге бейімдеу.
32	Брендинг	Қазіргі экономикалық дамудағы бренд рөлі, компанияның маркалық саясаты саласындағы заңнамалық негізі, брендтің негізгі атрибуттары қарастырылады. брендингтің даму перспективалары және нарықтың әр түрлі түрлерінде брендтердің қалыптасу ерекшеліктері. Брендингтің ұйымдастырушылық нысандары, бренд-менеджерлердің функционалдық міндеттері, маркалық құндылықты құрайтын сауда маркаларын құру және дамыту мәселелері оқытылады.	Маркетингтік коммуникациялар	Маркетингтегі Digital технологиялар		Білу керек: тауарларды/қызметтерді позициялау әдістерін, тұтыну құндылықтарын қалыптастыру технологиясын, бренд архитектурасын, бренд пен сауда маркасы арасындағы айырмашылықтарды, тұтынушылардың әлеуметтік стереотиптерін басқару принциптерін, PA-мен жұмыс істеудің негізгі ережелерін, оларды іріктеу және өзара іс-қимылды бағалау өлшемдерін. Меңгеру: позициялау картасын құру, тауар/қызметті позициялау, тұтынушылық құндылықтарды, стереотиптерді зерттеу, жарнамалық және PR-компанияларды жоспарлау, жаңа брендті құру мен жылжытудың жалпы жоспарын жасау. Білуі керек: тұтынушылық талғамдарды зерттеу және талдау; жарнама жасаушыларға арналған креативті бриф құрастыру.; брендингте талдау,креатив және инновациялар әдістерін тәжірибеде қолдана білу; коммуникациялық іс-шаралар кешенінің көмегімен өнімді жүйелі қолдауды қамтамасыз ете білу; ATL, TTL және BTL-маркетинг құралдарын қолдана білу.

33	Мерчендайзинг	Мерчандайзингтің мақсаттары, міндеттері, принциптері мен функциялары, оның өткізуді басқару жүйесіндегі рөлі қарастырылады. Қазақстандағы мерчандайзингтің тарихы мен ерекшеліктері зерттеледі. Мерчандайзингтің құралдары мен әдістері, коммерциялық жабдықтар мен тауарларды сауда алаңында орналастыру әдістері ашылады. Тауар құнына сараптама жүргізу және тауарды сауда алаңында көрсетуге дайындау дағдыларын қалыптастырады.	Digital маркетинг негіздері	Маркетингтегі Digital технологиялар	5	Білуі керек: мерчандайзингтің және оның технологияларының дамуының қазіргі тенденцияларын, мерчендайзингтің негізгі принциптерін, функцияларын, ережелері мен құралдарын;кәсіпорында мерчендайзингті ұйымдастырудың ерекшеліктерін, тауарды тұтынушылардың талаптарын анықтау және қанағаттандыру; Істей алу керек: кәсіпорынның мүмкіндіктерін анықтау және оларды нарық талаптарына бейімдеу; Меңгеруі керек: барлық ассортименттен тауар құндылығына сараптама жүргізу дағдысы; тауар-көрме материалдарын дайындау дағдысы
34	E-commerce	Пән электрондық коммерцияның кәсіпорын ресурстарын басқарудағы және цифрлық экономикада бәсекелестік артықшылықтарды қалыптастырудағы рөлін қарастырады. Электрондық нарықтағы бизнес-процестердің типологиясын, онлайн-сауда модельдерін (B2B, B2C, C2C және т.б.), сондай-ақ интернет-дүкендер мен маркетплейстердің жұмыс істеу ерекшеліктерін қамтиды. Электрондық коммерцияны құқықтық реттеу, заманауи цифрлық технологиялар мен платформаларды қолдану, сондай-ақ клиенттермен өзара іс-қимылдың онлайн-арналарының тиімділігін талдау және бағалау әдістері зерттелуде. Электрондық бизнестің даму тенденцияларына және E-commerce-ті кәсіпорынның жалпы стратегиясына біріктіруге ерекше назар аударылады.	Digital маркетинг негіздері	Маркетингтегі Digital технологиялар		Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: білу: - e-commerce саласында электрондық сауда платформалары мен таратылған ақпараттық ресурстардың жұмыс істеуінің базалық қағидаттары; - электрондық коммерцияны жүргізу үшін жергілікті және ғаламдық желілерде қосымшалар мен сервистерді пайдалану ерекшеліктері; - негізгі тұжырымдамалар, модельдер (B2B, B2C, C2C) және электрондық сауданың қазіргі даму тенденциялары; -төлем жүйелерін, логистиканы және маркетплейстерді қоса алғанда, онлайн-сату саласындағы цифрлық технологияларды дамыту бағыттары; - электрондық коммерцияны құқықтық реттеу негіздері. білу: - онлайн-сауданы ұйымдастыру үшін цифрлық платформалар мен таратылған ақпараттық ресурстарды пайдалану; - кәсіпкерлік қызметте заманауи желілік қосымшалар мен сервистерді қолдану; -онлайн-сатудың және клиенттермен өзара әрекеттесудің цифрлық арналарының

						тиімділігін талдау; -кәсіпорынның бизнес-процестерін электрондық коммерция жағдайларына бейімдеу. иелік ету: - электрондық сауданың заманауи құралдары мен технологияларын пайдалану дағдылары; - e-commerce платформаларымен және цифрлық сервистермен жұмыс істеу дағдылары; -сандық ортада онлайн сатуды және клиенттердің өзара әрекеттесуін басқарудың негізгі дағдылары.
35	Халықаралық маркетинг	Халықаралық маркетингтің мәні мен ерекшеліктері, себептері, міндеттері, мақсаттары, түрлері оқытылады. Халықаралық маркетингтік орта факторлары, экспорттық тауар саясаты, халықаралық компаниялардың баға саясатын қалыптастыру және іске асыру мәселелері, халықаралық компаниялардың сыртқы нарықтарға шығуының негізгі стратегиялары, шетелдік нарықтардың маркетингтік зерттеулері, Трансұлттық компаниялар маркетингінің тәсілдері мен құралдары ашылады.	Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс	5	Білу керек халықаралық маркетинг бойынша негізгі ұғымдарды, шетелдік нарықтарда маркетингтік зерттеулер жүргізуді білу. Нарықтық жағдайды талдау, маркетингтік және баға стратегиясын әзірлеу. Нарықты сегменттеу, кәсіпорынның маркетингтік және жарнамалық іс-шараларын әзірлеу принциптерін меңгеру, шетелдік нарыққа шығу кезінде пайдалану
36	Агромаркетинг	Студенттердің аграрлық кәсіпорында маркетингті ұйымдастыру дағдыларын, маркетингті басқарудың әдіснамалық негіздерін, кәсіпорынның тиімділігін арттыру үшін оның маркетингтік стратегиясын әзірлеу әдістерін қалыптастыру және олардың нәтижелерін кәсіби қызметте пайдалану.	Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс		**Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** Агроөнеркәсіптік кешендегі маркетингтің мәні мен ерекшеліктері және оны қолданудың негізгі бағыттары **Істей білу:** азық-түлік өндірісіндегі негізгі маркетингтік стратегияларды сипаттау;тұтынушы таңдауына әсер ететін факторларды және азық-түлік қызметтері саласындағы фирмалар арасындағы бәсекелестік факторларын талдау. **Меңгеру:** маркетинг стратегиясын әзірлеу және АӨК маркетингін басқару дағдылары
37	Логистикалық жүйелер экономикасы	"Логистикалық жүйелер экономикасы" пәнінің негізгі мақсаты - қажетті өнімді қажетті жерге, көрсетілген уақытта, оңтайлы шығындармен, қажетті сапа мен санмен жеткізуді қамтамасыз ету	Digital маркетинг негіздері	Research Paper, Дипломдық жоба/жұмыс жазу	5	Пәнді меңгеру нәтижесінде студент: Білу: интеграцияланған логистиканы әлеуметтік-экономикалық жүйелерде қолданудың әдіснамалық негіздері; логистикалық

		тетіктерін зерттеу. Қазіргі уақытта логистиканың қарқынды дамуы, ең алдымен, әлемдік экономикалық жүйенің қызмет көрсету экономикасына айналуынан, тұтынушының нарықтық басымдығымен, жаһандануымен және экономикалық процестердің интеграциясымен байланысты экономикалық жағдайлардың түбегейлі өзгеруімен байланысты.				талдаудың классикалық міндеттерінің типологиясы; Білу: интеграцияланған логистиканың неғұрлым кең таралған әдістерін қолдану; жеткізу тізбегіндегі басқару міндеттерін шешуге байланысты туындайтын логистиканы қолдану бойынша үлгілік міндеттерді айқындау; интеграцияланған логистика тұжырымдамасын пайдалану кезінде тұжырымдалған міндеттерді шешу үшін нақты әдістерді білікті таңдау; логистикалық қағидаттар мен рәсімдерді іске асыру нәтижесінде алынған нәтижелерді дұрыс түсіндіру; Дағдыларды меңгеру: ұйымдастырушылық типтегі нақты басқару жүйелері үшін интеграцияланған логистиканың міндеттерін тұжырымдау
38	Көлік логистикасы	Пәннің мақсаты жеткізуді ұйымдастыруға және тасымалдаушыны таңдауға логистикалық тәсілді ескере отырып, жеткізу тізбегін басқару және көлік түрлерінің инфрақұрылымын тиімді пайдалану саласындағы кәсіби қызмет дағдыларын меңгерген мамандарды даярлау, Прогрессивті технология бойынша көлік-логистикалық сервисті тиімді ұйымдастыра білу, студенттердің нақты ғылыми түсініктері мен материалдық ағындарды басқару дағдыларын қалыптастыру болып табылады	Digital маркетинг негіздері	Research Paper, Дипломдық жоба/жұмыс жазу		Пәнді меңгеру нәтижесінде студент: Білу: - логистикалық функциялар; - логистикадағы тарату арналары; - логистикалық тізбек құрылымын құру принциптері. Білу: - көлік құралдарымен жүк партияларын өндіру, бөлу және жөнелту режимінің талаптарына сәйкес жүк терминалдарының техникалық параметрлеріне баға беру. Дағдыларды меңгеру: - логистикалық қызметтер сапасының критерийлерін талдау; - логистикалық Тұжырымдаманың артықшылықтарын талдау.
39	Интернет маркетинг	Интернет-маркетинг пен интернет-жарнаманың мәні мен құрылымы ашылады. Трендтер, интернет-маркетинг, жасау ерекшеліктері баннерлік жарнама ерекшелігі, іздеу жарнама артықшылықтары e-mail жарнама ұғымы және мақсаттары іздеу оңтайландыру оқытылады. Ғаламдық Интернет желісінде тиімді маркетингтік қызмет	Ақпараттық коммуникациялық технологиялар, Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс	5	Білу керек: Интернет маркетингтің негізгі принциптері мен әдістері; істей алу керек: Интернет желісінде кәсіпорындардың тиімді жарнамалық кампаниясын жүргізу үшін маркетингтік қызмет құралдарын өз бетінше және дұрыс таңдау.; Интернет ғаламдық желісінде тиімді маркетингтік қызмет үшін қажетті мәліметтерді

		үшін қажетті деректерді талдау және түсіндіру, әлеуметтік желілерде жылжыту дағдылары қалыптасады.				жинау, өңдеу, талдау және интерпретациялау дағдылары
40	Жанжалдарды басқару	Конфликттердің теориясы мен практикасы саласында, оларды реттеу жолдары мен құралдары, келіссөздер процесі туралы жүйеленген білім негізінде студенттерде конфликтологиялық құзыреттілікті қалыптастыру.	Психология, Мәдениеттану и Философия	Өндірістік/дипломалды тәжірибе, Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау	5	**Пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы:** **Білу:** ұйымдағы адамдардың өзара әрекеттесуінің негізгі теориялары мен тұжырымдамалары, соның ішінде мотивация, топтық динамика, команда құру, коммуникация, көшбасшылық және қақтығыстарды басқару мәселелері ұйымдастыру мәдениетінің түрлері және оны қалыптастыру әдістері. ұйымды басқарудағы персоналды басқарудың рөлі мен орны және оның ұйымның стратегиялық міндеттерімен байланысы. қазіргі жағдайда персоналды басқару практикасының көп нұсқалық себептері персоналды басқару саласындағы бизнес-процестер және олардағы желілік менеджерлер мен персоналды басқару мамандарының рөлі **Істей білу:** ұйымның еңбек нарығындағы жағдайын бағалау, жұмыс беруші ретінде ұйымның имиджін жақсарту бойынша іс-шаралар жүйесін әзірлеу қызметкерлерді оқыту бағдарламаларын әзірлеу және олардың тиімділігін бағалау; ұйым қызметкерлерін ынталандыру және ынталандыру бойынша іс-шараларды әзірлеу, жанжалды жағдайларды талдауда тұжырымдамалық білімді пайдалану; қақтығыстарды диагностикалау және талдау әдістерін және жанжалды жағдайларды болдырмау әдістерін қолдану. ұйымның мүдделі тараптарының үміттерін тұжырымдама тұрғысынан анықтау талдау және саралау; ұйымдағы этикалық мәселелерді диагностикалау және этикалық басқару шешімдерін қабылдаудың негізгі модельдерін қолдану . **Меңгеру:** адам ресурстарын басқарудың заманауи құралдары; ұйымдағы этикалық климатты қалыптастыру және қолдау әдістері және іскерлік қарым-қатынас дағдылары; ұйымдағы жанжалды диагностикалау дағдылары; жанжалды жағдайлардың алдын

						алу және қақтығыстарды басқару технологиялары
41	Маркетингтегі Digital технологиялар	Digital маркетинг құралдарының көмегімен шешілетін маркетингтік стратегиялар мен міндеттердің түрлері; Digital маркетингтің әртүрлі құралдарын қолданудың түрлері мен ерекшеліктері; интернеттегі сұранысты талдау жүйелерінің көмегімен қаралатын өнімге сұранысты болжау әдістері; Digital жарнама құралдарының тиімділігі мен талдауын талдау әдістері; интернетте және цифрлық ортада маркетингтік міндеттерді іске асыру кезіндегі жұмыс кезеңдері зерделенеді	Digital маркетинг негіздері	Өндірістік/ дипломалды/ тәжірибе, Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау	4	Пәнді игеру нәтижесінде білім алушы: **Білу**: маркетингтік стратегиялардың түрлері және Digital маркетинг құралдарын қолдану арқылы шешілетін міндеттер-әртүрлі Digital маркетинг құралдарын қолдану түрлері мен ерекшеліктері; **Істей білу:** Digital маркетинг қызметтерінің мердігерлерімен қарым-қатынас құру, Digital жарнама мен веб-аналитиканың әртүрлі жүйелерін құру. **Меңгеру:** Digital маркетинг акцияларының да, интернет құралдарының көмегімен дәстүрлі акциялар мен науқандардың да тиімділігін бағалау дағдыларын меңгеру; digital маркетинг стратегиясын жоспарлау және маркетингтік стратегия тапсырмаларын орындау үшін сандық байланыс арналарын таңдау.
42	Digital Marketing Analytics	Пән цифрлық маркетингтегі аналитиканың әдістері мен құралдарын зерттеуге бағытталған. Әртүрлі онлайн арналардан (веб-сайттар, әлеуметтік желілер, жарнамалық платформалар) деректерді жинау, өңдеу және түсіндіру тәсілдері қарастырылады. Веб-аналитика құралдары мен пайдаланушының мінез-құлқын бақылау жүйелері, соның ішінде трафикті талдау, конверсия, сату шұңқыры және тұтынушы жолы ашылады. Сандық науқандардың тиімділігін бағалауға (SEO, контексттік және мақсатты жарнама, SMM), негізгі көрсеткіштерді есептеуге (KPI, ROI, CPA, LTV), сондай-ақ деректерді визуализациялауға және негізделген маркетингтік шешімдер қабылдауға баса назар аударылады. Деректерге негізделген маркетингтік стратегияларды болжау және оңтайландыру әдістері, сондай-ақ тұтынушылармен өзара әрекеттесу тиімділігін арттыру және бизнестің өсуі үшін аналитиканы пайдалану зерттелуде.	Digital маркетинг негіздері	Дипломдық жоба/жұмыс жазу	5	пәнді меңгеру нәтижесінде білім алушы: білу: - ұйымның цифрлық маркетинг жүйесіндегі аналитиканың орны мен рөлі; - digital-аналитика саласындағы кәсіби терминология, оның ішінде ағылшын тілінде; -digital-маркетингтегі Деректерді талдаудың заманауи модельдері, әдістері мен құралдары; - сандық науқандардың негізгі көрсеткіштері мен өнімділік көрсеткіштері (KPI, ROI, CPA, LTV) ; - маркетингтік аналитика және деректерді өңдеу саласындағы заманауи трендтер мен зерттеулер. білу: - деректерді жинау, талдау және интерпретациялаудың заманауи әдістері мен құралдарын қолдану; -сандық науқандардың тиімділігін бағалау үшін веб-аналитикалық жүйелерді қолданыңыз; - пайдаланушы мінез-құлқын және тұтынушы жолын талдау (customer journey); - деректер мен аналитикалық қорытындылар негізінде негізделген маркетингтік шешімдер қабылдау.

						иелік ету: - сандық маркетингтегі деректерді талдау және визуализациялау дағдылары; - аналитика негізінде маркетингтік науқандардың тиімділігін жоспарлау және бағалау дағдылары; - сандық деректер мен көрсеткіштерді қолдана отырып, басқару шешімдерін негіздеу дағдылары.
43	Research Paper	Оқу үрдісінде ғылыми-зерттеу құзыреттілігін қалыптастыру. Ғылыми зерттеу тақырыбын таңдау. Әр түрлі зерттеулердегі тақырыптардың өзектілігі мен өңделу дәрежесін негіздеу. Зерттеу тақырыбы мен міндеттерін тұжырымдау. Зерттеу объектісі мен мәнін анықтау. Дипломдық жобаның тақырыбы бойынша библиографиялық деректерді жинау. Дипломдық жоба тақырыбы бойынша ғылыми зерттеудің теориялық базасын жасау. Тақырыпты талдаудың ғылыми әдістерін таңдау. Жүргізілген зерттеу бойынша қорытындылар мен ұсынымдарды тұжырымдау	Өндірістік практика	Дипломдық жұмыс (жоба) жазу немесе кешенді емтихан тапсыру	8	Жаңа жағдайларға бейімделуге, жинақталған тәжірибені қайта бағалауға, өз мүмкіндіктерін талдауға терең теориялық және практикалық білімді пайдалана білу; Ақпараттық технологиялар көмегімен өз бетінше жаңа білімдер мен іскерлікті, соның ішінде қызмет саласымен тікелей байланысы жоқ жаңа білім салаларында қолдана білу, өзінің ғылыми дүниетанымын кеңейту және тереңдету; ақпаратты талдау, синтездеу және сыни тұрғыдан түйсіну.
44	Comprehensive exam preparation	Comprehensive exam preparation бұрынғы алған білімдерін жалпылайды және тереңдете түседі, оқу материалдарын логикалық тұрғыдан жүйелендіреді, негізгі сұрақтар мен тәжірибелік-бағытталған тапсырмалар/есептер/кейстерді студенттердің тұтастай жүйелі түрде көре білуіне ықпал етеді. Comprehensive exam preparation кәсіби пәндердің мазмұнына шолу жасайды, сәйкес әдебиеттерді, емтихан сұрақтарының блоктарын, болашақ кәсіби іс-әрекеттерде негізгі	Өндірістік практика			Білуі керек: - бұрын алынған теориялық білім - бейіндік пәндерден өткен оқу материалы Істей алу керек: - бұрын алған білімдерін жалпылау; - оқу материалын логикалық жүйелеу; дағдысы: - болашақ кәсіби қызметтің құзыреті.

		құзыреттіліктер бойынша алған білімдерін реттейді және түсіндіреді.				

Бизнес және басқару факультетінің деканы Алина Г.Б.

"Экономика және маркетинг" кафедрасының отырысында қаралды
2025 жылғы «13» 02 жылғы № 7 хаттама

Кафедра меңгерушісі Замбинова Г.К.

Гл. менеджер филиала
АО "КазАгроФинанс"
Оразова М.Ж.

Акпомбие Ж.К

Зам. директора
Усицева О.С

Гл. менеджер
Тулебаева А.С