УЧРЕЖДЕНИЕ "ESIL UNIVERSITY"

СОГЛАСОВАНО:
Научно-методический совет
Учреждения "ESIL University"
протокол № 7 от «10» 02 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ
Председатель НМС университета,
Первый проректор - Проректор по
академическим вопросам
_____ Мақыш С.Б.
«10» 02 2026 г

КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
Прием 2026 года
Направление поготовки 6В041 Бизнес управление
по образовательной программе «Digital маркетинг»
Форма обучения: очная
Траектория 1. Digital маркетинг
2. Маркетинг в малом и среднем бизнесе

Присуждаемая степень: бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе – Digital маркетинг

№	Наименование дисциплины	Краткое содержание дисциплины	Пререквизиты	Постреквизиты	Академические кредиты	Компетенции дисциплины
1	2	3	4	5	6	7
Общеобязательные дисциплины (КВ) (академических кредитов -5)						
1	Основы предпринимательства и финансовой грамотности	Целью дисциплины является получение знаний о предпринимательстве, функциях и основных принципах ведения предпринимательской деятельности; формирование практических навыков в вопросах выбора сферы и организационно-правовой формы предпринимательской деятельности; в вопросах составления документов правового характера, разработки бизнес-плана, рационального финансового поведения при принятии решений, касающихся личных финансов, а также способности критически оценивать и	Экономическая теория	Маркетинговые исследования, Маркетинговые коммуникации		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать**: роль среды в развитии предпринимательства; технологию принятия предпринимательских решений; базовые составляющие внутренней среды фирмы; организационно-правовые формы предпринимательской деятельности; особенности учредительных документов; сущность предпринимательского риска и основные способы снижения риска; сущность и виды ответственности предпринимателей; методы и инструментарий финансового анализа; систему показателей эффективности предпринимательской деятельности.

		анализировать процессы, связанные с защитой их прав и интересов в качестве потребителей финансовых услуг посредством использования, в том числе, цифровых технологий.			5	Знать и отстаивать свои законные права и интересы как потребителя финансовых услуг, распознавать признаки финансового мошенничества и обеспечивать личную финансовую безопасность Знать и понимать основы инвестирования денежных активов в различные инструменты финансового рынка, механизмы функционирования фирм и предприятий различных организационно-правовых форм, что позволит принимать эффективные решения при осуществлении практической деятельности. **уметь:** применять полученные знания для построения эффективной системы создания бизнеса, и обладать компетенцией, необходимой для вырабатывания аргументов и решения проблем в области предпринимательства; составлять пакет документов для открытия своего бизнеса; разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятия; различать виды ответственности предпринимателей. Уметь рассчитывать и оптимизировать налоги, применять навыки расчетов обязательных пенсионных взносов и других платежей, использовать страховые продукты. Развивать аналитические способности по управлению собственным денежным бюджетом, планированию личного бюджета, применению финансовых продуктов и инструментов инвестирования на основе оценки влияния финансовых рисков, кризисов, мошенничества и других неблагоприятных факторов
2	Основы экономики и права	Дисциплина обеспечивает уровень базовой подготовки студентов в области экономики и права, формирование базового уровня экономической грамотности и основных юридических понятий, необходимого для ориентации и социальной адаптации к происходящим изменениям в жизни общества; формирование культуры экономического	Экономическая теория	Маркетинговые исследования, Маркетинговые коммуникации		В результате освоения дисциплины обучающийся должен: **Знать**: Основные экономические понятия, категории и законы функционирования экономики; Принципы и методы микро- и макроэкономического анализа; Типы и особенности экономических систем, закономерности экономического развития общества; Механизмы индивидуального и национального воспроизводства; Этические стандарты государственной службы и нормы академической добропорядочности;

		мышления; основные положения отраслей казахстанского права и правовых норм				Законодательство в сфере экономической, административной и уголовной деятельности; **Уметь**: Применять методы микро- и макроэкономического анализа при решении практических задач; Выявлять закономерности и тенденции экономической жизни общества, определять пути решения экономических проблем; Анализировать процессы воспроизводства на микро- и макроуровнях, оценивать эффективность экономического роста; Использовать правовые и экономические знания при осуществлении деятельности на государственной службе; Проводить анализ правонарушений в сфере экономики, готовить аналитические и служебные документы; **Владеть**: Навыками экономического анализа, моделирования и обработки статистических данных; Методами сравнительного и системного анализа экономических процессов; Инструментами оценки эффективности использования ресурсов и макроэкономических показателей; Навыками критического мышления, правовой аргументации и академического письма; Методами правоприменительной, аналитической и экспертной работы в экономической сфере; Инструментами предотвращения коррупционных проявлений и правовых рисков; Профессиональной культурой поведения и делового взаимодействия в сфере государственной службы.
Базовые дисциплины (вузовский компонент) (академических кредитов–66) / (компонент по выбору) (академических кредитов -39)						
3	Экономическая теория	Дисциплина даёт знания о законах ведения хозяйства и рациональном поведении хозяйствующих субъектов на различных уровнях смешанной социально-ориентированной экономики, о глубинных причинно-следственных связях в воспроизводственном процессе с целью раскрытия его сущностных характеристик; об экономическом выборе хозяйствующих субъектов (производителей, продавцов, покупателей) в мире ограниченных ресурсов; о хозяйственной деятельности и экономических отношениях между	Не требуется	Основы Digital маркетинга	3	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** понятийно - категориальный аппарат дисциплины; закономерности развития истории экономики, ведущие теоретические подходы к раскрытию сущности базовых экономических понятий; формы, структуру и результаты общественного производства; структуры экономического развития и качественное многообразие экономических систем **Уметь:** используя различные методы, (графический, аналитический) объяснять проблемы экономики;

		людьми в процессе воспроизводства на разных уровнях экономической системы.				применять математические методы при изучении дисциплины **Владеть:** навыками анализа, обработки экономической информации; самостоятельной работы с учебными пособиями, электронными учебниками, интернет-источниками, периодической печатью, с различными экономическими источниками, а также таблицами, графиками, схемами и т.д.
4	Математика в экономике	Изучение дисциплины ставит своей целью ознакомить обучающихся с основами математического аппарата, необходимого для решения теоретических и практических задач, привить студентам умение самостоятельно изучать учебную литературу по математике и её приложениям, развить логическое мышление и повысить общий уровень математической культуры, выработать навыки математического исследования прикладных вопросов и умение перевести задачу на математический язык	Не требуется	Эконометрика	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** Основные определения, теоремы, правила, матемпатические методы и практические применения; **Уметь:** Представление о методах математики, о ее роли в развитии в других наук, где и как применяются математические методы; **Владеть:** Приобрести практические навыки в решении задач на все предусмотренные программой темы курса; Развить умение и способности самостоятельно пополнять свое образование.
5	Микроэкономика	Целью освоения дисциплины является формирование знаний о методологии оценки и анализа, а также прогнозировании событий рыночной среды на микроэкономическом уровне, проблемы «небольших» субъектов экономики, таких как фирма, индивид-потребитель, рынки товаров и ресурсов; навыков оценки различных управленческих решений с учетом общепринятых в микроэкономике критериев оптимальности и эффективности; навыков построения на основе описания различных рыночных ситуаций стандартных теоретических моделей, характеризующих равновесные состояния отдельных рынков	Экономическая теория	Основы Digital маркетинга	3	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** Знать: - понятия и категории, законы и теории функционирования экономики на микроуровне, - механизм функционирования рыночного механизма. Уметь: - использовать теорию спроса и предложения, в том числе теорию эластичности для анализа влияния тех или иных факторов на ценообразование на рынках отдельных товаров, услуг и ресурсов; - анализировать поведение потребителя; - анализировать структуру издержек и поведение производителя в разных рыночных условиях; - анализировать несовершенство рынка и государственное регулирование. Владеть: - навыками построения оптимизационных и равновесных микроэкономических моделей, - методами анализа факторов рыночного равновесия в конкретных секторах экономики

6	Менеджмент	Дисциплина изучается с целью вооружения обучающихся теоретическими знаниями в области управления и приобретения ими навыков применения лучшей практики менеджмента.	Экономическая теория	Управление конфликтами	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** **знать:**сутьуправления, развитие взглядов на менеджмент, подходы к управлению; основные научные труды классиков менеджмента;роль и место менеджера в организации, требования к современному руководителю;сущность и классификацию управленческих решений, технологию подготовки и принятия управленческих решений;современное состояние практики управления компаниями. **уметь:**определить систему целей организации, разработать стратегию и тактику их реализации;воспроизвести системную модель организации как объекта управления; анализировать и проектировать организационную структуру управления. **владеть** навыками:постановки целей управления и разработки стратегических планов организации;критического анализа и творческого решения управленческих проблем; использовании мотивационных теорий при разработке программ стимулирования персонала предприятия;оформление и публичной защиты расчетно-практической работы по совершенствованию систему управления конкретным объектом.
7	Основы Digital маркетинга	Курс обеспечивает формирование знаний об организации цифровой маркетинговой деятельности предприятия. Включает изучение принципов, методов и инструментов digital-маркетинга, лежащих в основе эффективного продвижения в онлайн-среде. Особое внимание уделяется таким направлениям, как SEO, контекстная реклама, социальные сети, веб-аналитика и CRM-системы. Курс охватывает вопросы управления цифровыми маркетинговыми кампаниями, анализа поведения потребителей в интернете, разработки и реализации digital-стратегий в различных сферах и отраслях экономики.	Экономическая теория	Маркетинговые исследования, Маркетинговые коммуникации	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **знать:** – основы и принципы цифрового маркетинга и его роль в системе управления предприятием; – инструменты digital-маркетинга (SEO, контекстная и таргетированная реклама, SMM, email-маркетинг, CRM, MarTech); – методы веб-аналитики и оценки эффективности онлайн-кампаний; – особенности поведения потребителей в цифровой среде; – понятийный и методический аппарат, позволяющий анализировать и прогнозировать процессы в digital-среде. **уметь:** – применять инструменты digital-маркетинга в практической деятельности;

						– анализировать данные веб-аналитики и интерпретировать результаты; – разрабатывать и реализовывать цифровые маркетинговые кампании; – использовать результаты цифровых исследований для принятия маркетинговых решений; – анализировать факторы цифровой маркетинговой среды и адаптировать стратегии продвижения. **владеть:** – навыками оценки эффективности digital-маркетинга (ROI, KPI, конверсии и др.); – навыками работы с цифровыми инструментами и платформами аналитики; – навыками разработки digital-стратегий и медиапланирования; – навыками самостоятельной аналитической и проектной работы в области цифрового маркетинга.
8	Экология, безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие	Экология и безопасность жизнедеятельности рассматриваются как ключевые компоненты устойчивого развития. Изучение дисциплины позволяет понять взаимосвязь между состоянием окружающей среды, деятельностью человека и качеством жизни. Особое внимание уделяется вопросам экологической устойчивости, рационального использования природных ресурсов, предотвращения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. В процессе обучения студенты приобретают знания о современных природоохранных технологиях, международных и национальных механизмах устойчивого развития, а также практические навыки в области экологической безопасности и природоохранной деятельности. Развитие экологической культуры и ответственности является важной частью образовательного процесса. Устойчивое развитие отражает современную стратегию развития общества, при которой удовлетворение потребностей настоящего поколения достигается без	Не требуется	Философия		В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: - законодательные акты Республики Казахстан в области экологии и чрезвычайных ситуаций, нормативную базу по устойчивому развитию; методы мониторинга опасных и чрезвычайно опасных ситуаций; нормативно-технические и организационные основы управления безопасностью жизнедеятельности; - социально-экологические последствия антропогенной деятельности; - основные принципы охраны природы и рационального природопользования. уметь: - оказать первую помощь пострадавшим при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера; - контролировать параметры негативных воздействий и оценивать их уровни; планировать и осуществлять мероприятия по повышению безопасности жизнедеятельности; - выявлять и анализировать естественные и антропогенные, экологические процессы и возможные пути их регулирования;

		ущерба для будущих поколений. Курс ориентирован на формирование у обучающихся системного понимания устойчивого развития как фундамента для принятия экологически, социально и экономически обоснованных решений.			5	- использовать полученные знания о закономерностях взаимодействия живых организмов и окружающей среды в практической деятельности для сохранения устойчивого развития. иметь навыки: -расчета негативного воздействия на окружающую среду - показать обучающимся, какие опасности угрожают человеку, формы их проявления, способы защиты от них; - применения средств индивидуальной защиты, оказания доврачебной помощи пострадавшим - способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях, навы& ками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопас& ности и защиты окружающей среды
9	Основы антикоррупционной культуры	В курсе изучаются закономерности возникновения, развития и функционирования права, определение основных юридических понятий, а также основные положения основных отраслей казахстанского права (конституционного, административного, гражданского, уголовного и т. д.), которые дают общее представление о роли тех или других правовых норм, представляют необходимые знания для того, чтобы ориентироваться в решении правовых проблем. Формирует комплексное представление о мерах противодействия коррупции и реализации государственных антикоррупционных стратегий.	Не требуется	Основы предпринимательства и финансовая грамотность		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать**:сущность коррупции и причины её происхождения; меру морально-нравственной и правовой ответственности за коорупционные правонарушения; действующее законодательство в области противодействия коррупции. **Уметь**:реализовывать ценности морального сознания и следовать нравственным нормам в повседневной практике; -работать над повышением уровня нравственной и правовой культуры;задействовать духовно-нравственные механизмы предотвращения коррупции. **Владеть** навыками:анализа ситуации конфликта интересов и морального выбора; совершенствования антикоррупционной культуры;действия в ситуации конфликта интересов;
10	Алгоритмизация и программирование	Целью дисциплины " Алгоритмизация и программирование " является изучение основных этапов решения задач на ЭВМ, понимание алгоритмов и их формального описания, изучение основных характеристик алгоритмов и их разработки, базовых разновидностей программных алгоритмов, принципов	Информационно-коммуникационные технологии	Визуализация данных/Обработка больших данных Big Data	3	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** Основные этапы решения задач на ЭВМ. Понятие алгоритма и его формальное описание. Принципы алгоритмизации, включая разветвленные и циклические алгоритмы. **Уметь**: Разрабатывать программные решения, используя этапы решения задач на ЭВМ.

		алгоритмизации, формирование компетенций в парадигмах программирования (процедурное, логическое, функциональное, объектно-ориентированное) и знакомство с основными признаками и характеристиками языков программирования				Работать с различными видами программных алгоритмов. **Владеть**: Приемами сложных программных решений. Методами анализа, проектирования и отладки программных алгоритмов. **Владеть:** Навыками использования современных финансовых инструментов, гарантирующих рациональное финансовое поведение на основе применения финансовых законов и правил, цифровых и финансовых технологий, в том числе мобильных приложений; Навыками расчетов обязательных пенсионных взносов и других платежей, использовать страховые продукты. Навыками выбора способов организации бизнеса; аналитической работы на предприятии или в организации; навыками составления бизнес-плана; навыками формирования собственной позиции оценки социальной эффективности деятельности предпринимателя.
11	Макроэкономика	Дисциплина позволяет формировать знания об основных закономерностях развития экономической системы, макроэкономических законов, категорий, понятий; умения анализировать и рассчитывать важнейшие экономические и социально-экономические показатели; навыки макроэкономического анализа и прогнозирования возможного развития макроэкономических процессов в экономической системе	Экономическая теория, Микроэкономика	Производственная практика	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** Знать: - сущность и особенности построения макроэкономических моделей (модель Солоу, кейнсианский крест, AD-AS, IS-LM); - отличительные особенности положений кейнсианской и классической теории; Уметь: - описывать поведение и устанавливать взаимодействие экономических агентов с использованием макроэкономических моделей; - решать макроэкономические задачи графическим и аналитическим способами и формулировать выводы; Владеть: - навыками анализа влияния фискальной, монетарной и валютной политики на макроэкономические показатели (производство, занятость, цены и процентную ставку); - навыками анализа влияния факторов экономического роста в долгосрочном периоде; - навыками использования современных

						информационных технологий.
12	Академическое письмо 1	Дисциплина изучается с целью - формирования профессиональной компетенции и расширения коммуникативной компетенции, связанной с аналитической текстовой деятельностью; формирования у обучающихся навыков лингвистического и прагматического мышления, умений анализировать экспрессивные единицы языка и грамотно осуществлять выбор нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации.	Не требуется	Производственная практика, Написание и защита дипломной рпаботы (проекта)	4	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** Основные признаки жанров академического письма: эссе, аннотация, реферат, рецензия; **Уметь:** Анализировать эссе и научные статьи с точки зрения стилистики композиции, исследовательской стратегии автора, принадлежности у научной школе, включенности в научную традицию; строить эконометрические многофакторные модели с интерпретацией данных; **Владеть:** Навыками поиска авторитетных статей в электронных ресурсах; самостоятельного создания аннотаций, абстракта а научных статьях и монографиях, а также в рецензиях и эссе; публичного представления и обсуждения научных работ.
13	Community Service Learning	Дисциплина изучается с целью развития понимания служения обществу как формы добровольного вклада в развитие общественного блага и привития студентам высокого уровня социальной ответственности. Курс формирует навыки реализации таких социальных практик как волонтерства, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, коллективная мудрость. Предусмотрены практики, в которых обучающимся оказываются безвозмездные коммерческие услуги для развития собственных профессиональных компетенций (юридический, маркетинговый, экономический консалтинг, копирайтинг и др.)	Не требуется	Не требуется	3	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** законодательные акты Республики Казахстан в области социальной ответственности бизнеса, волонтерства, благотворительности, меценатства, социальной помощи; основные смыслы, принципы, этические нормы, цели, формы, содержание служения обществу. **Уметь:** выявлять и оценивать потребность физических и юридических лиц, нуждающихся в оказании социальной помощи; формировать команды по оказанию деятельности по различным направлениям служения обществу; планировать и осуществлять мероприятия по формам служения обществу; осуществлять рефлексию по итогам проведенных мероприятий и корректировать планы, стратегии и тактики. **Владеть:** методами организации волонтерства, краудсорсинга, краудфандинга, фандрейзинга, благотворительности.
14	Бухгалтерский учет	Грамотная организации системы бухгалтерского учета и аудита на предприятии содействует достоверности экономической информации необходимой пользователям для принятия ими управленческих решений, своевременному выявлению	Экономическая теория	Стратегический маркетинг	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** **знать**:принципы, концепции, методы поосновамбухгалтерскогоучета; нормативное регулирование бухгалтерского учета; **уметь** работать с первичной и сводной бухгалтерской документацией, составлять

		неиспользованных резервов производства и повышению его рентабельности.				бухгалтерские записи, использовать учетную информацию для составления; приобрести **владеть** навыками учета активов, обязательств, капитала, начислению доходов и расходов, формированию учетной информации необходимой для процесса стратегического планирования на предприятиях;быть компетентным в формировании профессионального мышления в вопросах составления финансовой отчетности в соответствии с МСФО
15	Финансы	Дисциплина "Финансы" нацелена на обеспечение теоретической и практической подготовки студентов в усвоении финансовых категорий, понятий и терминов, их классификации, значении и месте в социально-экономических процессах. Изучает природу финансов, особенности их функционирования, механизм категорий в эффективном развитии общественного производства, взаимосвязь и взаимодействие форм организации финансов и их методов	Экономическая теория	Стратегический маркетинг	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** **знать:** основ организации и управления государственных финансов, хозяйствующих субъектов и финансовых институтов; терминологию и понятия деятельности субъектов финансовых отношений. **уметь**: анализировать денежные потоки государства, хозяйствующих субъектов и финансовых институтов. **владеть:** навыками управления финансами для принятия решений по формированию и использованию финансовых ресурсов на разных уровнях общественного устройства
16	Статистика	Целью преподавания дисциплины является изучение статистической методологии: сбор собраний, приемов, методов сбора, обработки и анализа статистических данных; изучение охватов и перспектив развития массовых потребителей и процессов, их собирательная характеристика.	Математика в экономике	Маркетинговые исследования	3	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: Предмет, метод и задачи статистики; общие основы статистической науки; принципы организации государственной статистики; современные тенденции развития статистического учёта; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информатики; основные формы и виды действующей статистической отчётности; технику расчёта статистических показателей, характеризующих социально-экономические явления. Уметь: собирать и регистрировать статистическую информацию; проводить первичную обработку и контроль материалов наблюдения; выполнять расчёты

						статистических показателей и формулировать основные выводы; Владеть: умением осуществлять комплексный анализ изучаемых социально-экономических явлений и процессов, в т.ч. с использованием средств вычислительной техники.
17	Эконометрика	Приобретение студентами знаний и навыков в области современных проблем, подходов и методов эконометрического исследования экономических процессов. Построение экономических моделей и оценивание их параметров, проверка гипотез о свойствах экономических показателей и формах их связи. Эконометрический анализ служит основой для экономического анализа и прогнозирования, создавая возможность для принятия обоснованных экономических решений	Математика в экономике ,экономическая теория	Маркетинговые исследования	4	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен** **знать:** описать концепции и подходы к эконометрической модели, понимать и анализировать статистическую закономерность. Определять множественную линейную регрессию и геометрическую интерпретацию коэффициентов. Описывать виды корреляции **уметь:** использовать знания регрессионного анализа парной связи, метод наименьших квадратов для вычисления коэффициентов уравнения регрессии. Анализировать статистическую значимость коэффициентов линейной регрессии. Вычислять коэффициент и значимость детерминации. **владеть:** определять эффективность применения логарифмических, полулогарифмических регрессионных моделей. Применять критерии Дарбина-Уотсона
18	Маркетинговые коммуникации	Изучаются теоретические основы и современные концепции маркетинговых коммуникаций, методы организации рекламной деятельности и проведения рекламных кампаний. Раскрываются особенности планирования и осуществления контроля рекламы. Рассматривается специфика маркетинговых коммуникаций в различных отраслях, интерпретируются новые коммуникационные технологии, стратегические коммуникационные решения на корпоративном уровне.	Основы Digital маркетинга	Реклама товаров и услуг	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: основные понятия и категории в области маркетинговых коммуникаций, понимание механизма работы этих категорий в условиях рынка; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций и роль маркетинговых коммуникаций на предприятии; уметь: ориентироваться в специфической терминологии и самостоятельно работать с учебной литературой; управлять маркетинговыми коммуникациями на инструментальном уровне; организовать службу маркетинговых коммуникаций на предприятии; владеть навыками: организации каналов маркетинговых коммуникаций на предприятии; анализа потенциальных возможностей маркетинговых коммуникаций и выработки стратегических коммуникационных решений на корпоративном уровне

19	Разработка StartUp	Дисциплина «Разработка StartUp» нацелена на процесс создания минимального жизнеспособного продукта (MVP), начиная с поиска идеи и заканчивая выходом продукта на рынок. Курс охватывает весь процесс создания собственного продукта, развитие SoftSkills, командной работы и бизнес-навыков. Студенты посредством рефлексии, критического мышления, знакомства с принципами интернет-коммерции, умения презентовать свою продукцию, самостоятельно существовать на рынке, оперативно и гибко реагировать на изменяющиеся внешние условия, брать на себя ответственность в командной работе, учатся воплощать в жизнь новые бизнес- идеи.	Основы предпринимательства и финансовой грамотности	Производственная практика и государственная аттестация	3	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** - использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; - формулировать, реализовывать и развивать инновационную идею; - формировать талантливую и работоспособную команду стартапа; - проводить экономические, социальные исследования и опросы целевой аудитории (тестировать и т.д.); - разработать стратегию развития; - разработать обоснованный и реализуемый бизнес-план; - использовать все возможные способы привлечения капитала на развитие и масштабирование стартапа; -проводить оценку стартапа
20	Маркетинговые исследования	Рассматривается сущность и значение маркетинговых исследований. Изучаются цель, задачи, объекты маркетинговых исследований. Раскрывается методика определения потребности в проведении маркетинговых исследований. Формируются навыки владения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации для проведения маркетинговых исследований, осуществления маркетинговых исследований на различных предприятиях.	Основы Digital маркетинга, Статистика	Интернет маркетинг	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; понятийный и методический аппарат, позволяющий исследовать, анализировать и прогнозировать явления в области маркетинга. уметь: использовать основные категории маркетинга в практической деятельности; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга; проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия; проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения. владеть: навыками работы с потребителями; навыками в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга; навыками использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций

21	Поведение потребителей	Изучаются типы покупательского поведения, факторы, влияющие на поведение потребителей. Способствует систематизации знаний о процессе принятия решения о покупке, интерпретирует особенности формирования потребительских предпочтений покупателей. Формируются навыки проведения комплексного анализа покупательского поведения, поиска и оценки перспективности покупателя.	Экономическая теория, Основы Digital маркетинга	Реклама товаров и услуг	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **знать:** основные принципы формирования правильного представления о покупательском поведении потребителей продукции; модель покупательского поведения; уметь:выявлять проблемы, связанные с падением спроса на конкретную продукцию, предлагать способы их разрешения и предвидеть последствия принимаемых решений; выявлять факторы, характеризующие поведение потребителей в различных ситуациях и находить мотивы поведения потребителей в зависимости от тех или иных рекламных воздействий; владеть:методами и программными продуктами для обработки полученной информации; знаниями основ ценообразования на продукцию предприятий отрасли; приемами прогнозирования перспектив развития отрасли с учетом изменений в национальной и международной экономике.
22	Организация коммерческой деятельности	Овладение теоретическими знаниями и приобретение практических навыков в сфере технологии и организации торговых предприятий, построения процесса товародвижения; изучение сущности и содержания коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; изучение организации и технологии торговых процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли.	Экономическая теория, Основы Digital маркетинга	Интернет маркетинг		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** Знать: специфику формирования товарного ассортимента предприятий, методики его анализа и оценки; организацию форм и методов продажи товаров предприятиями разных видов торговой деятельности; Уметь: формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка; организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров; организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров Владеть: методами и инструментами исследования и формирования рынка и потребительского спроса;методами и инструментарием осуществления функциональной коммерческой деятельности предприятия
23	Основы искусственного интеллекта	Целью программы является формирование комплекса компетенций в области использовании теоретических знаний и умений в области представления теоретических знаний и практического применения программного инструментария и методов	Информационно-коммуникационные технологии	Интернет маркетинг	5	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: -Основные понятия и историю искусственного интеллекта. -Модели представления знаний в ИИ. -Возможности и ограничения ИИ.

		искусственного интеллекта, формирование целостного представления о современном состоянии теории и практики построения интеллектуальных систем различного назначения.				-Влияние технологий ИИ на общество. Уметь: Обсуждать влияние ИИ на различные сферы жизни. -Применять методы ИИ в повседневной жизни. -Использовать интеллектуальные системы в различных задачах. Владеть: -Навыками работы с интеллектуальными системами. -Методы и подходами ИИ для решения практических задач.
24	Бизнес английский язык	Изучение дисциплины позволит обучающимся достичь международно-стандартного общенаучного и научно-профессионального уровня обеспеченности. Основными направлениями являются дальнейшее совершенствование коммуникативных, деловых полемических умений; развитие умений творческого владения устной и письменной речью в различных коммуникативных и бизнес-сферах и ситуациях общения	Иностранный язык	Академический английский язык	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать:лексический и грамматический минимум иноязычного общения, терминологию на иностранном языке в своей области; специфику устной и письменной речи в сферах профессионального, научного, общественно-политического общения; стилистические особенности словарного состава иностранного языка в сфере профессионального общения; уметь: выстраивать свое вербальное и невербальное поведение в сферах профессионального и научного общественно-политического общения;применять разнообразные языковые и речевые средства адекватно социальным факторам, ситуации общения, статусу собеседника и его коммуникативным намерениям; владетьнавыками:восприятия и понимания на слух сообщений делового, информационного и бизнес характера
25	Стратегический маркетинг	Изучаются роль стратегического маркетинга в рыночной экономике и различные маркетинговые стратегии: конкурентные, товарные, ценовые. Интерпретируются особенности маркетинга в условиях турбулентности. проведение анализа привлекательности рынка и выбора стратегии маркетинга. Раскрываются содержание процесса стратегического планирования маркетинга, методы разработки стратегических решений по каналам сбыта, по ценообразованию.	Основы Digital маркетинга	Дипломный проект/работа	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: категориально-понятийный аппарат стратегического маркетинга, основные стратегии маркетинга, методику анализа конкурентного преимущества; уметь: проводить анализ поведения покупателей, проводить анализ конкурентоспособности рынка, составлять стратегический план предприятия; владеть: навыками разработки маркетинговых стратегий.

26	Промышленный маркетинг	Изучаются понятие, цели и задачи промышленного маркетинга, принципы, факторы развития маркетинга на промышленном предприятии, структура и методы маркетинговой деятельности на промышленном предприятии. Рассматриваются особенности ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики промышленных предприятий в Казахстане. Раскрываются специфика организация и контроль маркетинга промышленного предприятия.	Основы Digital маркетинга	Дипломный проект/работа		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: способы организации маркетинговой службы на промышленных предприятиях; промышленные рынки и промышленные покупатели; особенности организации маркетинговых исследований в промышленном маркетинге; способы организации системы сбыта на промышленных рынках; принципы управления промышленными продажами. уметь:организовать работу маркетинговой службы на промышленных предприятиях; проводить анализ спроса на рынках промышленных товаров; проводить промышленные закупки и анализировать покупательское поведение; составлять стратегию ценообразования в промышленном маркетинге; составлять стратегию промышленной дистрибуции. владеть**:** методами анализа спроса на рынках промышленных товаров; методами сегментирования промышленного рынка
27	Визуализация данных	Цель преподавания дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний о принципах, методах, инструментах эффективной подготовки, анализа и визуализации данных, разработки дашбордов для решения задач управления, практических навыков анализа данных и разработки дашбордов в современных программных средах при решении профессиональных бизнес-задач.	Алгоритмизация и программирование	Реклама товаров и услуг, Написание и защита Дипломной работы (проекта)	5	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: Основные методы визуализации данных и их применение для наглядного представления информации, принципы обработки и анализа больших объемов данных, технологии и инструментальные средства работы с данными, основные принципы и методы анализа данных для принятия информированных решений на основе данных. Уметь: Применять методы визуализации данных, обрабатывать и анализировать большие объемы данных, применяя соответствующие инструменты и методы для решения практических задач. Владеть: Навыками работы с инструментальными средствами для обработки и визуализации данных, принципами и методами анализа данных и их применения в различных областях, умением эффективно решать задачи, связанные с обработкой и визуализацией данных, в различных контекстах и сферах деятельности.
28	Обработка больших данных (Big Data)	Дисциплина направлена на формирование у обучающихся универсальных навыков	Алгоритмизация и	Преддипломная/		В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

		анализа, обработки и визуализации данных для принятия обоснованных решений в различных профессиональных областях. В рамках курса рассматриваются основные этапы работы с данными: сбор, обработка и подготовка данных, анализ, интерпретация и представление результатов с использованием современных инструментов и технологий. Особое внимание уделяется развитию аналитического мышления, выявлению закономерностей и тенденций, а также созданию наглядных визуализаций и интерактивных дашбордов. Дополнительно изучаются принципы применения системы поддержки принятия решений (СППР) для анализа данных и обоснования управленческих решений.	программирование	производственная практика. Написание и защита дипломной работы (проекта)		Знать: современные тенденции развития и прикладные достижения в области анализа данных, математики, информационно-коммуникационных технологий и искусственного интеллекта; терминологию и основные понятия анализа, обработки и визуализации данных; принципы функционирования и области применения системы поддержки принятия решений (СППР); Уметь: оценивать время и вычислительные ресурсы, необходимые для решения задач анализа и обработки данных; анализировать эффективность алгоритмов обработки больших данных; применять методы анализа данных для обоснования управленческих решений; интерпретировать результаты анализа и представлять их с использованием визуализации и дашбордов; Владеть:навыками решения практических задач анализа и обработки больших объемов данных; инструментами визуализации и аналитики данных; навыками применения программных систем и СППР для интеллектуального анализа данных и поддержки принятия решений;
29	Организационное поведение	В рамках дисциплины обучающиеся приобретают знания о теоретических основах поведения нидивидов, групп и организации, личностных и социально-психологических основах организационного поведения в процессе реализации концепции управления персоналом; умения анализировать содержание процесса организационного поведения, анализировать факторы, формирующие поведение работников в процессе кооперации с коллегами; овладевают навыками решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач, применения способов регулирования групповой динамики и образования команд, творческих малых групп	Основы Digital маркетинга, Менеджмент	Управление конфликтами, Research Paper	4	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** теоретические основы поведения индивидов, групп и организации в целом; личностные и социально-психологические основы организационного поведения; закономерности и особенности поведения объектов и субъектов управления **Уметь:** анализировать содержание процесса организационного поведения и организационных отношений; определять структурные взаимосвязи и целевые ориентиры системы организационного поведения; анализировать факторы, формирующие поведение конкретных объектов и субъектов профессиональной деятельности **Владеть:** специальной экономической и управленческой терминологией; навыками успешного решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач

30	Оптово-розничная торговля	Изучаются задачи оптовой и розничной торговли, методы розничной торговли, основные принципы организации торгово-технологических процессов, виды торгового оборудования. Даются знания по организации торгово-технологических процессов на уровне отдельного торгового предприятия и в отрасли в целом. Изучается технология продажи и методы бесперебойного товароснабжения торговой сети и оптимального обслуживания покупателей.	Основы Digital маркетинга Менеджмент	Экономика логистических систем		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать особенности формирования ассортимента товаров торговле и дополнительных и сопутствующих услуг, методы и стратегии ценообразования, основы прогнозирования спроса в торговле. уметь разрабатывать систему товародвижения между участниками оптовой и розничной торговли, эффективное размещение товаров на складе. владеть навыками использования современных, научных принципов и методов маркетинговой оценки торговых предприятий
31	Академический английский язык	Дисциплина изучается с целью освоения академического английского языка, который позволит студентам грамотно и осознанно подходить к овладению академическим языком, что отражается в дескрипторах достигаемого уровня, реализуемых в моделируемых формах речи и типах коммуникаций (грамотное изложение своих мыслей, анализ текстов, написание эссе, деловой документации).	Бизнес английский язык	Преддипломная, /производственная практика	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** Изучение понятий общения вообще и академического общения, в частности, а также основных параметров общения и особенностей академического общения; Определение и описание некоторых жанровых разновидностей научного стиля, ознакомление со спецификой устного и письменного иноязычного академического общения; **Уметь:** Формирование представления о культуре академического общения: речевом этикете, национально-культурной специфике речевого поведения в академической среде; Ознакомление с современными методами сбора, хранения и обработки информации в сфере профессиональной деятельности, овладение методами сбора материала для решения конкретных задач; **Владеть:** Развитие умений и навыков академического общения в четырех видах речевой деятельности: чтение, говорение, письмо, аудирование; Разработка стратегий усвоения и активизации, пополнения, расширения и актуализации приобретенных фоновых знаний
Профильные дисциплины (вузовский компонент) (академических кредитов – 27) / (компонент по выбору) (академических кредитов -20)						
32	Анализ стратегия продаж	Дисциплина изучает формировать у обучающихся понимание о наиболее эффективных стратегиях продаж для клиентов различных поведенческих типов. Данный курс дает подробный анализ таких ключевых элементов	Стратегический маркетинг	Digital технологии в маркетинге		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** Знать: Основные концепции и инструменты цифрового маркетинга (SEO, SMM, контент-маркетинг, e-mail маркетинг, таргетированная реклама).Методы анализа рынка и конкурентной

		стратегии продаж, как планирование и бюджетирование продаж, тактика продаж, методики анализа продаж. Дисциплина направлена на отработку навыков по быстрому составлению договоров, подготовке стратегии продаж, выработке действий, которые нужно осуществлять для успешного заключения сделки.			5	среды в цифровом пространстве. Уметь: Разрабатывать стратегию продаж с использованием цифровых инструментов. Формировать и сегментировать целевую аудиторию на основе аналитики данных. Презентовать результаты анализа и стратегические предложения в структурированном виде (SWOT, PEST, Customer Journey Map). Владеть: Навыками построения воронки продаж в цифровой среде.Навыками стратегического мышления и адаптации продаж под изменяющиеся цифровые тренды.
33	Брендинг	Рассматривается роль бренда в современном экономическом развитии, законодательная основа в области марочной политики компаний, основные атрибуты бренда. перспективы развития брендинга и особенности формирования брендов на различных типах рынков. Изучаются организационные формы брендинга, функциональные обязанности бренд-менеджеров, вопросы создания и развития торговых марок, составляющие марочной ценности.	Маркетинговые коммуникации	Digital технологии в маркетинге		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: методы позиционирования товаров/услуг, технологии формирования потребительских ценностей, архитектуру бренда, различия между брендом и торговой маркой, принципы управления социальными стереотипами потребителей, основные правила работы с PA, критерии их отбора и оценки взаимодействия. уметь: строить карты позиционирования, позиционировать товар/услугу, исследовать потребительские ценности, стереотипы, планировать рекламные и PR-компании, разработать общий план создания и продвижения нового бренда. владеть: умение исследовать и анализировать потребительские предпочтения; умение составлять креативный бриф для рекламистов; умениеприменятьнапрактикеметодыанализа,креативаиинновацийвбрендинге; умение обеспечить системную поддержку продукта с помощью комплекса коммуникационных мероприятий; умение применять инструментарий ATL, TTL и BTL-маркетинга.
34	Мерчендайзинг	Рассматриваются цели, задачи, принципы и функции мерчандайзинга, его роль в системе управления продажами. Изучаются история и особенности мерчендайзинга в Казахстане. Раскрываются средства и методы мерчандайзинга, способы размещения торгового оборудования и товаров в	Основы Digital маркетинга	Digital технологии в маркетинге		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: современных тенденций развития мерчендайзинга и его технологий, основные принципы, функции, правила и инструменты мерчендайзинга;особенности организации мерчендайзинга на предприятии, выявлять и удовлетворять требования потребителей товара;

		торговом зале. Формирует навыки проведения экспертизы ценности товара и подготовки товаров к выставлению в торговом зале.			5	уметь: определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка; владеть: навыками проводить экспертизу ценности товара из всего ассортимента; навыками подготовки товарно-выставочных материалов
35	E-commerce	Дисциплина рассматривает роль электронной коммерции в управлении ресурсами предприятия и формировании конкурентных преимуществ в цифровой экономике. Охватывает типологию бизнес-процессов на электронном рынке, модели онлайн-торговли (B2B, B2C, C2C и др.), а также особенности функционирования интернет-магазинов и маркетплейсов. Изучаются вопросы правового регулирования электронной коммерции, применения современных цифровых технологий и платформ, а также методы анализа и оценки эффективности онлайн-каналов взаимодействия с клиентами. Особое внимание уделяется тенденциям развития электронного бизнеса и интеграции e-commerce в общую стратегию предприятия.	Основы Digital маркетинга	Digital технологии в маркетинге		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **знать:** – базовые принципы функционирования электронных торговых платформ и распределённых информационных ресурсов в сфере e-commerce; – особенности использования приложений и сервисов в локальных и глобальных сетях для ведения электронной коммерции; – основные концепции, модели (B2B, B2C, C2C) и современные тенденции развития электронной торговли; – направления развития цифровых технологий в сфере онлайн-продаж, включая платежные системы, логистику и маркетплейсы; – основы правового регулирования электронной коммерции. **уметь:** – использовать цифровые платформы и распределённые информационные ресурсы для организации онлайн-торговли; – применять современные сетевые приложения и сервисы в предпринимательской деятельности; – анализировать эффективность онлайн-продаж и цифровых каналов взаимодействия с клиентами; – адаптировать бизнес-процессы предприятия к условиям электронной коммерции. **владеть:** – навыками использования современных инструментов и технологий электронной торговли; – навыками работы с e-commerce платформами и цифровыми сервисами; – базовыми навыками управления онлайн-продажами и клиентским взаимодействием в цифровой среде.

36	Международный маркетинг	Изучаются сущность и особенности международного маркетинга, причины, задачи, цели, виды международного маркетинга.Раскрываются факторы международной маркетинговой среды, вопросы экспортной товарной политики, формирования и реализации ценовой политики международных компаний, основные стратегии выхода международных компаний на внешние рынки, маркетинговые исследования зарубежных рынков, приемы и инструменты маркетинга транснациональных компаний.	Основы Digital маркетинга	Дипломный проект/работа		**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: основные понятия по международному маркетингу, проведение маркетинговых исследований на зарубежных рынках. уметь: анализировать рыночную ситуацию, разрабатывать маркетинговые и ценовые стратегии. владеть: принципами сегментирования рынка, разработки маркетинговых и рекламных мероприятиях предприятия, использовать при выходе на зарубежные рынки.
37	Агромаркетинг	Формирование у студентов навыков организации маркетинга на аграрном предприятии, методологических основ управления маркетингом, методов разработки маркетинговой стратегии предприятия для повышения его эффективности и использование их результатов в профессиональной деятельности.	Основы Digital маркетинга	Дипломный проект/работа	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:**сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе и основные области его применения **Уметь**: охарактеризовать основные маркетинговые стратегии в производстве продовольствия;анализировать факторы, влияющие на потребительский выбор и факторы конкуренции между фирмами сферы продовольственных услуг. **Владеть:**навыками разработки маркетинговой стратегии и управления маркетингом в АПК
38	Экономика логистических систем	Главная цель дисциплины «Экономика логистических систем» - изучение механизмов обеспечения поставок необходимой продукции в нужное место, в указанное время, при оптимальных затратах, требуемого качества и количества. Быстрое развитие логистики в настоящее время связано с принципиальными изменениями условий хозяйствования, вызванными, прежде всего, трансформацией мировой экономической системы в сервисную экономику, с рыночным приоритетом потребителя, глобализацией и интеграцией экономических процессов.	Основы Digital маркетинга	Research Paper, Написание и защита дипломной работы (проекта)		В результате освоения дисциплины студент должен: Знать: методологические основы применения интегрированной логистики в социально-экономических системах; типологию классических задач логистического анализа; Уметь: применять наиболее распространенные методы интегрированной логистики; идентифицировать типовые задачи по применению логистики, возникающие в связи с решением управленческих задач в цепях поставок; квалифицированно выбирать конкретные методы для решения сформулированных задач при использовании концепции интегрированной логистики; правильно интерпретировать результаты, полученные в результате реализации логистических принципов и процедур;

					5	Овладеть навыками: формулировки задач интегрированной логистики для конкретных систем управления организационного типа
39	Транспортная логистика	Целью дисциплины является подготовка специалистов, владеющих навыками профессиональной деятельности в области управления цепью поставок и эффективного использования инфраструктуры видов транспорта с учетом логистического подхода к организации доставки и выбору перевозчика, умением эффективно организовать транспортно-логистический сервис по прогрессивной технологии, формирование у студентов четких научных представлений и навыков управления материальными потока	Основы Digital маркетинга	Research Paper , Написание и защита дипломной работы (проекта)		В результате освоения дисциплины студент должен: Знать: - логистические функции; - каналы распределения в логистике; - принципы построения структуры логистической цепи. Уметь: - делать оценку технических параметров грузовых терминалов в соответствии с требованиями режима производства, распределения и отправки грузовых партий транспортными средствами. Владеть навыками: - анализа критериев качества услуг логистики; - анализа преимуществ логистической концепции.
40	Интернет маркетинг	Раскрывается значение и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Изучаются понятие и цели поисковой оптимизации, тренды интернет-маркетинга, особенности составления баннерной рекламы, специфика поисковой рекламы, преимущества e-mail рекламы. Формируются навыки проведения анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети Интернет, продвижения в социальных сетях.	Информационно-коммуникационные технологии, Основы Digital маркетинга	Написание и защита дипломной работы (проекта)	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** знать: основные принципы и методы Интернет маркетинга; уметь: самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в сети Интернет; владеть: навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети Интернет.
41	Управление конфликтами	Сформировать у студентов конфликтологическую компетентность на основе систематизированных знаний в области теории и практики конфликтов, о путях и средствах их урегулирования, переговорном процессе.	Психология, Культурология и Философия	Преддипломная/ производственная практика. Написание и защита дипломной работы (проекта)	5	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами типы организационной культуры и методы ее формирования; роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации; причины многовариантности практики управления персоналом в современных условиях бизнес-

						процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом **Уметь:** оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя; разрабатывать программы обучения сотрудников и оценивать их эффективность; разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации, использовать концептуальное знание в анализе конфликтных ситуаций; применять методы диагностики и анализа конфликтов и методы предотвращения конфликтных ситуаций; идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции; диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этичных управленческих решений. **Владеть:** современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами формирования и поддержания этичного климата в организации и навыками деловых коммуникаций; навыками диагностики конфликта в организации; предупреждения конфликтных ситуаций и технологиями управления конфликтами
42	Digital технологии в маркетинге	Изучаются типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital маркетинга; виды и особенности применения различных инструментов Digital маркетинга; методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете; методы анализа эффективности и аналитики инструментов Digital рекламы; этапы работ при реализации маркетинговых задач в интернете и цифровой среде	Маркетинговые коммуникации	Преддипломная/ производственная практика. Написание и защита дипломной работы (проекта)	4	**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:**типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital маркетинга - виды и особенности применения различных инструментов Digital маркетинга; **Уметь:**выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital маркетинг, настраивать различные системы Digital рекламы и веб-аналитики Владеть навыками оценки эффективности как акций Digital маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет инструментов. планирования стратегии Digital маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии
43	Digital Marketing Analytics	Дисциплина направлена на изучение методов и инструментов аналитики в	Основы Digital	Написание и защита	5	**результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

		цифровом маркетинге. Рассматриваются подходы к сбору, обработке и интерпретации данных из различных онлайн-каналов (веб-сайты, социальные сети, рекламные платформы). Раскрываются инструменты веб-аналитики и систем отслеживания пользовательского поведения, включая анализ трафика, конверсий, воронки продаж и клиентского пути. Особое внимание уделяется оценке эффективности digital-кампаний (SEO, контекстная и таргетированная реклама, SMM), расчету ключевых показателей (KPI, ROI, CPA, LTV), а также визуализации данных и принятию обоснованных маркетинговых решений. Изучаются методы прогнозирования и оптимизации маркетинговых стратегий на основе данных, а также использование аналитики для повышения эффективности взаимодействия с клиентами и роста бизнеса.	маркетинга	дипломной работы (проекта)		**знать:** – место и роль аналитики в системе цифрового маркетинга организации; – профессиональную терминологию в области digital-аналитики, в том числе на английском языке; – современные модели, методы и инструменты анализа данных в digital-маркетинге; – ключевые метрики и показатели эффективности (KPI, ROI, CPA, LTV) цифровых кампаний; – современные тренды и исследования в области маркетинговой аналитики и обработки данных. **уметь:** – применять современные методы и инструменты сбора, анализа и интерпретации данных; – использовать системы веб-аналитики для оценки эффективности digital-кампаний; – анализировать поведение пользователей и клиентский путь (customer journey); – принимать обоснованные маркетинговые решения на основе данных и аналитических выводов. **владеть:** – навыками анализа и визуализации данных в цифровом маркетинге; – навыками планирования и оценки эффективности маркетинговых кампаний на основе аналитики; – навыками обоснования управленческих решений с использованием цифровых данных и метрик.
44	Research Paper	Дисциплина направлена на формирование научно – исследовательских компетенции в учебном процессе. Выбор темы научного исследования. Обоснование актуальности и степени разработанности тем в различных исследованиях. Формулировка темы и задач исследования. Определение объекта и предмета исследования. Сбор библиографических источников по теме дипломного проекта. Разработка теоретической базы научного исследования по теме дипломного проекта. Выбор научных методов анализа				**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** **Знать:** Организацию и основные принципы научного исследования; - теорию и методологию, модели исследуемых процессов; **Уметь:** - Выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; - корректно формулировать цели и задачи (проблемы) по теме исследования, устанавливать взаимосвязи, анализировать причины появления проблем; - на научной основе организовать свой труд,

		темы. Формулировка выводов и рекомендаций по проведенному исследованию	Производственная практика	Написание дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена	8	владеть компьютерными методами поиска и обработки информации. **Владеть:** - методами аналитики и прогнозирования; - навыками грамотного формулирования и представления результатов исследования и применения теоретических подходов
45	Comprehensive exam preparation	Comprehensive exam preparation углубляет и обобщает ранее полученные знания, логически систематизирует учебный материал, содействует приобретению студентами опыта целостного системного видения проблемы посредством рассмотрения основных вопросов и практико-ориентированных заданий/задач/кейсов. Comprehensive exam preparation содержит обзор профильных дисциплин, рассмотрение соответствующей литературы, блока экзаменационных вопросов, упорядочение и осмысление полученных знаний по ключевым компетенциям будущей профессиональной деятельности.				**Знать:** - ранее полученные теоретические знания - пройденный учебный материал профильных дисциплин **Уметь:** - обобщать ранее полученные знания; - логически систематизировать учебный материал; Владеть: - компетенциями будущей профессиональной деятельности.

Зам директора Усенцева О.С

Обсуждено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономика и маркетинг», протокол № 7 от «13» 02 2026 г.

Заведующая кафедрой Замбинова Г.К.

Директор Вспомогательный

Декан факультета Бизнеса и управления Алина Г.Б.

Гл. менеджер Фимина ДО "КазАгроФинанс" Оразова М.Ж.М.

Гл. менеджер Гребенова А.С