

УЧРЕЖДЕНИЕ "ESIL UNIVERSITY"

СОГЛАСОВАНО:

Научно-методический совет  
Учреждения "ESIL University"

протокол № 9 от «17» 04 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Председатель НМС университета,  
Первый проректор - Проректор по  
академическим вопросам

Мақыш С.Б.

04 2025 г



**КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН**  
Прием 2025 года  
Направление подготовки 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
<b>Общеобязательные дисциплины (КВ) (академических кредитов -5)</b>						
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	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b> <b>знать:</b> 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.				<p>Знать и отстаивать свои законные права и интересы как потребителя финансовых услуг, распознавать признаки финансового мошенничества и обеспечивать личную финансовую безопасность</p> <p>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.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>применять полученные знания для построения эффективной системы создания бизнеса, и обладать компетенцией, необходимой для выработки аргументов и решения проблем в области предпринимательства; составлять пакет документов для открытия своего бизнеса; разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятия; различать виды ответственности предпринимателей.</p> <p>Уметь рассчитывать и оптимизировать налоги, применять навыки расчетов обязательных пенсионных взносов и других платежей, использовать страховые продукты.</p> <p>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</p>
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	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b> 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 добросовестности;</p>	

		мышления; основные положения отраслей казахстанского права и правовых норм				<p>Законодательство в сфере экономической, административной и уголовной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> 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;</p> <p><b>Владеть:</b> 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.</p>
<b>Базовые дисциплины (вузовский компонент) (академических кредитов–73)</b>						
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	Маркетинг	3	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p><b>Знать:</b> 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</p> <p><b>Уметь:</b> используя различные методы, (графический, аналитический) объяснять проблемы экономики;</p>

		людьми в процессе воспроизводства на разных уровнях экономической системы.				применять математические методы при изучении дисциплины <b>Владеть:</b> 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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> Основные определения, теоремы, правила, математические методы и практические применения; <b>Уметь:</b> Представление о методах математики, о ее роли в развитии в других наук, где и как применяются математические методы; <b>Владеть:</b> 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	Маркетинг	3	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b> <b>Знать:</b> - понятия и категории, законы и теории функционирования экономики на микроуровне, - механизм функционирования рыночного механизма. <b>Уметь:</b> - 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. <b>Владеть:</b> - 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	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b></p> <p><b>знать:</b> суть управления, 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.</p> <p><b>уметь:</b> определить систему целей организации, разработать стратегию и тактику их реализации; воспроизвести системную модель организации как объекта управления; анализировать и проектировать организационную структуру управления.</p> <p><b>владеть</b> 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; оформлении и публичной защиты расчетно-практической работы по совершенствованию системы управления конкретным объектом.</p>
7	Маркетинг	Курс обеспечивает знание организации маркетинговой деятельности предприятия. Включает в себя изучение принципов, методов, инструментов, лежащих в основе организации эффективной маркетинговой работы, имеющей важное значение для управленческой деятельности предприятия в целом, в том числе управления маркетинговыми исследованиями, элементами комплекса маркетинга, разработки маркетинговой стратегий в различных сферах и отраслях.	Экономическая теория	Маркетинговые исследования, Маркетинговые коммуникации	5	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b></p> <p><b>знать:</b> содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; понятийный и методический аппарат, позволяющий исследовать, анализировать и прогнозировать явления в области маркетинга</p> <p><b>уметь:</b> использовать основные категории маркетинга в практической деятельности; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать</p>

						<p>маркетинговые решения.</p> <p><b>владеть:</b> навыками проведения оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия, навыками самостоятельной аналитической и проектной работы, навыками планирования маркетинговой деятельности на предприятии.</p>
8	Экология, безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие	<p>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 ущерба для будущих поколений. Курс ориентирован на формирование у обучающихся системного понимания устойчивого развития как фундамента для принятия экологически, социально и экономически обоснованных решений.</p>	Не требуется	Философия	5	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- социально-экологические последствия антропогенной деятельности;</li> <li>- основные принципы охраны природы и рационального природопользования.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оказать первую помощь пострадавшим при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера;</li> <li>- контролировать параметры негативных воздействий и оценивать их уровни; планировать и осуществлять мероприятия по повышению безопасности жизнедеятельности;</li> <li>- выявлять и анализировать естественные и антропогенные, экологические процессы и возможные пути их регулирования;</li> <li>- использовать полученные знания о закономерностях взаимодействия живых организмов и окружающей среды в практической деятельности для сохранения устойчивого развития.</li> </ul> <p><b>иметь навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расчета негативного воздействия на окружающую среду</li> <li>- показать обучающимся, какие опасности угрожают человеку, формы их проявления, способы защиты от них;</li> </ul>

						<p>- применения средств индивидуальной защиты, оказания доврачебной помощи пострадавшим</p> <p>- способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях, навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды</p>
	<p>Основы антикоррупционной культуры</p>	<p>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.</p>	<p>Не требуется</p>	<p>Основы предпринимательства и финансовая грамотность</p>		<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> сущность коррупции и причины её происхождения; меру морально-нравственной и правовой ответственности за коррупционные правонарушения; действующее законодательство в области противодействия коррупции.</p> <p><b>Уметь:</b> реализовывать ценности морального сознания и следовать нравственным нормам в повседневной практике;</p> <p>-работать над повышением уровня нравственной и правовой культуры; задействовать духовно-нравственные механизмы предотвращения коррупции.</p> <p><b>Владеть</b> навыками: анализа ситуации конфликта интересов и морального выбора; совершенствования антикоррупционной культуры; действия в ситуации конфликта интересов;</p>
9	<p>Алгоритмизация и программирование</p>	<p>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 алгоритмизации, формирование компетенций в парадигмах программирования (процедурное, логическое, функциональное, объектно-ориентированное) и знакомство с основными признаками и характеристиками языков программирования</p>	<p>Информационно-коммуникационные технологии и</p>	<p>Визуализация данных/Обработка больших данных Big Data</p>	3	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> Основные этапы решения задач на ЭВМ. Понятие алгоритма и его формальное описание. Принципы алгоритмизации, включая разветвленные и циклические алгоритмы.</p> <p><b>Уметь:</b> Разрабатывать программные решения, используя этапы решения задач на ЭВМ. Работать с различными видами программных алгоритмов.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>Приемами сложных программных решений. Методами анализа, проектирования и отладки программных алгоритмов.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>Навыками использования современных финансовых инструментов, гарантирующих рациональное финансовое поведение на основе применения финансовых законов и</p>

						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.
10	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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b> <b>Знать:</b> - сущность и особенности построения макроэкономических моделей (модель Солоу, кейнсианский крест, AD-AS, IS-LM); - отличительные особенности положений кейнсианской и классической теории; <b>Уметь:</b> - описывать поведение и устанавливать взаимодействие экономических агентов с использованием макроэкономических моделей; - решать макроэкономические задачи графическим и аналитическим способами и формулировать выводы; <b>Владеть:</b> - 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.
11	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	Не требуется	Производственная практика, Написание и защита дипломной работы (проекта)	4	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> Основные признаки жанров академического письма: эссе, аннотация, реферат, рецензия; <b>Уметь:</b> Анализировать эссе и научные статьи с точки зрения стилистики композиции, исследовательской стратегии автора, принадлежности у научной школе, включенности в научную традицию; строить эконометрические

		нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации.				<p>многофакторные модели с интерпретацией данных;</p> <p><b>Владеть:</b> 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.</p>
12	Community Learning Service	<p>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.)</p>	Не требуется	Не требуется	3	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> законодательные акты Республики Казахстан в области социальной ответственности бизнеса, волонтерства, благотворительности, меценатства, социальной помощи; основные смыслы, принципы, этические нормы, цели, формы, содержание служения обществу.</p> <p><b>Уметь:</b> 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 рефлексии по итогам проведенных мероприятий и корректировать планы, стратегии и тактики.</p> <p><b>Владеть:</b> методами организации волонтерства, краудсорсинга, краудфандинга, фандрейзинга, благотворительности.</p>
13	Бухгалтерский учет	Грамотная организации системы бухгалтерского учета и аудита на предприятии содействует достоверности экономической информации необходимой пользователям для принятия ими управленческих решений, своевременному выявлению неиспользованных резервов производства и повышению его рентабельности.	Экономическая теория	Стратегический маркетинг	5	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b></p> <p><b>знать:</b> принципы, концепции, методы по основам бухгалтерского учета; нормативное регулирование бухгалтерского учета;</p> <p><b>уметь</b> работать с первичной и сводной бухгалтерской документацией, составлять бухгалтерские записи, использовать учетную информацию для составления; приобрести <b>владеть</b> 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</p>

14	Финансы	Дисциплина "Финансы" нацелена на обеспечение теоретической и практической подготовки студентов в усвоении финансовых категорий, понятий и терминов, их классификации, значения 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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b> <b>знать:</b> основ организации и управления государственных финансов, хозяйствующих субъектов и финансовых институтов; терминологию и понятия деятельности субъектов финансовых отношений. <b>уметь:</b> анализировать денежные потоки государства, хозяйствующих субъектов и финансовых институтов. <b>владеть:</b> навыками управления финансами для принятия решений по формированию и использованию финансовых ресурсов на разных уровнях общественного устройства
15	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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> В результате освоения дисциплины обучающийся должен <b>Знать:</b> 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. <b>Уметь:</b> собирать и регистрировать статистическую информацию; проводить первичную обработку и контроль материалов наблюдения; выполнять расчёты статистических показателей и формулировать основные выводы; <b>Владеть:</b> умением осуществлять комплексный анализ изучаемых социально-экономических явлений и процессов, в т.ч. с использованием средств вычислительной техники.
16	Эконометрика	Приобретение студентами знаний и навыков в области современных проблем, подходов и методов эконометрического исследования экономических процессов.	Математика в экономике ,экономич	Маркетинговые исследования	4	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</b> <b>знать:</b> описать концепции и подходы к эконометрической модели, понимать и

		<p>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</p>	<p>эская теория</p>			<p>анализировать статистическую закономерность. Определять множественную линейную регрессию и геометрическую интерпретацию коэффициентов. Описывать виды корреляции  <b>уметь:</b> 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.  <b>владеть:</b> определять эффективность применения логарифмических, полулогарифмических регрессионных моделей. Применять критерии Дарбина-Уотсона</p>
17	<p>Маркетинговые коммуникации</p>	<p>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.</p>	<p>Маркетинг</p>	<p>Реклама товаров и услуг</p>	5	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b>          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</p>
18	<p>Разработка StartUp</p>	<p>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-</p>	<p>Основы предпринимательства и финансово грамотности</p>	<p>Производственная практика и государственная аттестация</p>	3	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b>          - 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</p>

		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.				(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
19	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.	Маркетинг , Статистика	Интернет маркетинг	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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
<b>Базовые дисциплины (компонент по выбору) ( академических кредитов -32)</b>						
20	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	Экономическая теория, Маркетинг	Реклама товаров и услуг	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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

		проведения комплексного анализа покупательского поведения, поиска и оценки перспективности покупателя.				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.
21	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, Маркетинг	Интернет маркетинг		<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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
22	Основы искусственного интеллекта	Целью программы является формирование комплекса компетенций в области использования теоретических знаний и умений в области представления теоретических знаний и практического применения программного инструментария и методов искусственного интеллекта, формирование целостного представления о современном состоянии теории и практики построения интеллектуальных систем различного назначения.	Информационно-коммуникационные технологии и	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. -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.
23	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	Иностранн ый язык	Академический английский язык	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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
24	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.	Маркетинг	Дипломный проект/работа	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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.
25	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	Маркетинг	Дипломный проект/работа		<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> знать: способы организации маркетинговой службы на промышленных предприятиях; промышленные рынки и промышленные покупатели; особенности организации маркетинговых исследований в промышленном

		ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики промышленных предприятий в Казахстане. Раскрываются специфика организация и контроль маркетинга промышленного предприятия.				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
26	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.
27	Обработка больших данных (Big Data)	При изучении дисциплины рассматриваются Bigdata: инструменты, подходы и методы обработки огромных объёмов данных, альтернативы традиционным системам управления данными. Также рассматриваются технологии работы с данными и необходимость апгрейда на текущем месте работы, стандартные инструменты	Алгоритмизация и программирование	Преддипломная/ производственная практика. Написание и защита дипломной работы (проекта)		<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> Основные принципы сбора и хранения данных, включая методы и технологии, используемые для обработки больших объемов информации Структуры данных, методов их анализа и инструментов, доступных для работы с ними. <b>Уметь:</b>

		статистики и SQL, основные принципы работы с большими данными, экосистема Hadoop и облачные платформы для реализации решений по bigdata				<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить анализ данных различных типов и форматов, выделять ключевые показатели и тренды, а также интерпретировать результаты анализа в контексте цифрового маркетинга.</li> <li>- использовать различные инструменты обработки данных для разработки и оптимизации маркетинговых стратегий, принимая во внимание предпочтения и поведение аудитории.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с современными инструментами обработки данных, такими как инструменты визуализации данных, платформы аналитики и системы управления данными.</li> <li>- способностью принимать обоснованные решения на основе данных, учитывая различные факторы, влияющие на маркетинговые стратегии, и выстраивать эффективные коммуникационные стратегии на основе полученных результатов анализа данных.</li> </ul>
28	Организационное поведение	В рамках дисциплины обучающиеся приобретают знания о теоретических основах поведения индивидов, 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	Маркетинг Менеджмент	Управление конфликтами, Research Paper	4	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> теоретические основы поведения индивидов, групп и организации в целом; личностные и социально-психологические основы организационного поведения; закономерности и особенности поведения объектов и субъектов управления</p> <p><b>Уметь:</b> 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</p> <p><b>Владеть:</b> специальной экономической и управленческой терминологией; навыками успешного решения разнообразных организационно-управленческих и социально-экономических задач</p>
29	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	Маркетинг Менеджмент	Экономика логистических систем		<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p>знать особенности формирования ассортимента товаров торговле и дополнительных и сопутствующих услуг, методы и стратегии ценообразования, основы прогнозирования спроса в торговле.</p>

		отдельного торгового предприятия и в отрасли в целом. Изучается технология продажи и методы бесперебойного товароснабжения торговой сети и оптимального обслуживания покупателей.				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
30	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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> 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; <b>Уметь:</b> 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; <b>Владеть:</b> 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
<b>Профильные дисциплины(компонент по выбору) ( академических кредитов -24)</b>						
31	Реклама товаров и услуг	Дисциплина изучает цели, методы, функции, типы, возможности и инструменты рекламы, процесс рекламной коммуникации, его составляющие и особенности их взаимодействия, основные виды исследований в рекламе, творческую сторону рекламной деятельности, организацию и проведение рекламной кампании.	Маркетинговые коммуникации	Digital технологии в маркетинге	4	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> основы и правовое обеспечение рекламной деятельности компании; процесс рекламной коммуникации, его составляющие и особенности их взаимодействия; цели, методы, возможности рекламы; функции, типы и инструменты рекламы; <b>Уметь:</b> определить место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций компании; организовать и проводить исследование для подготовки рекламы; заполнять креативный бриф; разрабатывать рекламное сообщение

						(содержание, форму, структуру) Владеть: инструментами разработки и создания рекламных материалов; приемами использования звука, цвета и движения в рекламе; навыками написания рекламных текстов; методами оценки рекламных материалов.
32	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.	Маркетинг овые коммуникации	Digital технологии в маркетинге		<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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 РА, критерии их отбора и оценки взаимодействия. уметь: строить карты позиционирования, позиционировать товар/услугу, исследовать потребительские ценности, стереотипы, планировать рекламные и PR-компания, разработать общий план создания и продвижения нового бренда. владеть: умение исследовать и анализировать потребительские предпочтения; умение составлять креативный бриф для рекламистов; умение применять на практике методы анализа, креатива и инноваций в брендинге; умение обеспечить системную поддержку продукта с помощью комплекса коммуникационных мероприятий; умение применять инструментальный ATL, TTL и BTL-маркетинга.
33	Мерчендайзинг	Рассматриваются цели, задачи, принципы и функции мерчендайзинга, его роль в системе управления продажами. Изучаются история и особенности мерчендайзинга в Казахстане. Раскрываются средства и методы мерчендайзинга, способы размещения торгового оборудования и товаров в торговом зале. Формирует навыки проведения экспертизы ценности товара и подготовки товаров к выставлению в торговом зале.	Маркетинг	Digital технологии в маркетинге	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> 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; 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

34	Онлайн-торговля	Рассматривается роль онлайн -торговли в управлении ресурсами предприятия, типология предпринимательских процессов на электронном рынке. Изучаются вопросы правового регулирования электронной коммерции, применения современных технологий электронной торговли, методы анализа и оценки эффективности виртуальных каналов взаимодействия с клиентами. Раскрываются особенности и тенденции развития электронного бизнеса.	Маркетинг	Digital технологии в маркетинге		<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p>знать базовых принципов функционирования распределенных информационных ресурсов онлайн-торговли, приложений в локальных сетях предприятий и глобальных коммерческих сетях; понимание главных концепций и тенденций развития торговой, банковской и других областей применения онлайн продаж, развития новейших информационных технологий в сфере онлайн-торговли;</p> <p>уметь пользоваться распределенными информационными ресурсами для онлайн-торговли, практические навыки использования современных сетевых приложений в сфере бизнеса.</p> <p>владеть навыками современных инструментов онлайн торговли</p>
35	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.	Маркетинг	Дипломный проект/работа	5	<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p>знать: основные понятия по международному маркетингу, проведение маркетинговых исследований на зарубежных рынках.</p> <p>уметь: анализировать рыночную ситуацию, разрабатывать маркетинговые и ценовые стратегии.</p> <p>владеть: принципами сегментирования рынка, разработки маркетинговых и рекламных мероприятиях предприятия, использовать при выходе на зарубежные рынки.</p>
36	Агрорыкетинг	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.	Маркетинг	Дипломный проект/работа		<p><b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе и основные области его применения</p> <p><b>Уметь:</b> охарактеризовать основные маркетинговые стратегии в производстве продовольствия; анализировать факторы, влияющие на потребительский выбор и факторы конкуренции между фирмами сферы продовольственных услуг.</p>

						<b>Владеть:</b> навыками разработки маркетинговой стратегии и управления маркетингом в АПК
37	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.	Маркетинг	Research Paper, Написание и защита дипломной работы (проекта)	5	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; Овладеть навыками: формулировки задач интегрированной логистики для конкретных систем управления организационного типа
38	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 потоками	Маркетинг	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.
<b>Профильные дисциплины (вузовский компонент) (академических кредитов – 47 )</b>						
39	Интернет маркетинг	Раскрывается значение и структура интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Изучаются понятие и цели	Информационно-коммуник	Написание и защита		<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b>

		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.	ационные технологии, Маркетинг	дипломной работы (проекта)	5	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.
40	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	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командаобразования, 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 <b>Уметь:</b> 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 этических управленческих решений. <b>Владеть:</b> современным инструментарием управления человеческими ресурсами; методами формирования и поддержания этического климата в

						организации и навыками деловых коммуникаций; навыками диагностики конфликта в организации; предупреждения конфликтных ситуаций и технологиями управления конфликтами
41	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	Маркетинг	Преддипломная/ производственная практика. Написание и защита дипломной работы (проекта)	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital маркетинга - виды и особенности применения различных инструментов Digital маркетинга; <b>Уметь:</b> 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
42	SMM	Изучается специфика продвижения товаров через различные социальные платформы. Раскрываются инструменты SMM: ведение блога в социальных сетях, информационные сообщения в различных сообществах, общение в комментариях, работа с форумами, скрытый маркетинг, прямая реклама и вирусный маркетинг, оптимизация медиапространства. Интерпретируются использование SMM в кризисных ситуациях, способы улучшения узнаваемости бренда при помощи SMM.	Маркетинг	Написание и защита дипломной работы (проекта)	5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> знать: место маркетинга в социальных медиа в структуре маркетинга организации; профессиональную терминологию в области маркетинга в социальных медиа, в том числе на английском языке; современные модели и инструменты маркетинга в социальных медиа; тренды развития, актуальные исследования, посвященные маркетингу в социальных медиа; уметь: использовать современные методы и инструменты планирования и оценки маркетинга в социальных медиа. владеть: навыками планирования и обоснования решений по коммуникациям и исследованиям в социальных медиа.
43	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				<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>Знать:</b> Организацию и основные принципы научного исследования; - теорию и методологию, модели исследуемых процессов; <b>Уметь:</b> - Выявлять и формулировать актуальные научные

		предмета исследования. Сбор библиографических источников по теме дипломного проекта. Разработка теоретической базы научного исследования по теме дипломного проекта. Выбор научных методов анализа темы. Формулировка выводов и рекомендаций по проведенному исследованию	Производственная практика		8	проблемы; - корректно формулировать цели и задачи (проблемы) по теме исследования, устанавливать взаимосвязи, анализировать причины появления проблем; - на научной основе организовать свой труд, владеть компьютерными методами поиска и обработки информации. <b>Владеть:</b> - методами аналитики и прогнозирования; - навыками грамотного формулирования и представления результатов исследования и применения теоретических подходов
44	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.		Написание дипломной работы (проекта) или сдача комплексного экзамена		<b>Знать:</b> - ранее полученные теоретические знания - пройденный учебный материал профильных дисциплин <b>Уметь:</b> - обобщать ранее полученные знания; - логически систематизировать учебный материал; <b>Владеть:</b> - компетенциями будущей профессиональной деятельности.

Обсуждено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономика и маркетинг», протокол № 7 от «16» 02 2025 г.

Заведующая кафедрой



Замбинова Г.К.

Декан факультета Бизнеса и управления



Алина Г.Б.

