

Esil University

КАФЕДРА «Экономика и маркетинг»



Утверждаю
Президент Ученого Совета
А.А.Таубаев

05 _____ 2025 г.

ПАСПОРТ
Образовательной программы 6В04109- Digital маркетинг

Астана
2025

Наименование ОП	6B04109 Digital маркетинг
Код и классификация области образования	6B04 Бизнес, управление и право
Код и классификация направления подготовки	6B041 Бизнес и управление
Цель ОП	Целью образовательной программы «Digital маркетинг» является комплексная подготовка специалистов, способных профессионально вести маркетинговую деятельность и бизнес, используя передовые достижения маркетинговых, информационных и коммуникационных технологии с целью продвижения товаров и услуг.
Уровень по НРК, ОРК, МСКО	НРК - 6 ОРК - 6 МСКО - 6
Область профессиональной деятельности	Включает профессиональную деятельность, направленную на взаимодействие служб предприятий различных организационно - правовых форм для эффективной деятельности на рынке с учетом требований потребителя, внутренних возможностей и отраслевой специфики предприятия.
Отличительные особенности ОП	(СОП/ДДП/академический обмен/ дуальное обучение/ полиязычие/ экспериментальная и др) Двудипломная ОП (ДДОП). Университет реализовывает программу двудипломного образования совместно с коллеждем Де Пари (College De Paris) Франция .
Объект профессиональной деятельности	Объектами профессиональной деятельности выпускников являются: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности.
Места выпускающих	Выпускники могут работать в отечественных и международных производственных и торговых компаниях, в некоммерческих организациях, органах государственного управления и в сфере услуг.

Бакалавр

Компетенции/результаты обучения		
Профессиональные	Общепрофессиональные	Общеобразовательные
ON 8 способен сравнивать маркетинговые стратегии для формирования планов маркетинга при организации коммерческой деятельности и разработке стратегических маркетинговых задач	ON 3 – способен анализировать фундаментальные аспекты экономической теории на микро - и макроуровнях и маркетинговую деятельность коммерческой фирмы с использованием знаний по математике и статистике, эконометрика	ON 1 – «Способен интерпретировать ключевые элементы гуманитарных и общественных наук, включая философию и политологию, а также выявлять и осмысливать этические и социальные ценности, заложенные в их теориях, концепциях и практиках». Способен интерпретировать общие компетенции, обеспечивающие социально-культурное развитие личности будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций, эмпатии, толерантности и уважения к индивидуальным особенностям личности.
ON 9 - интегрирует теоретические основы классического маркетинга и методы маркетинговых исследований для решения конкретных практических задач в различных отраслях	ON 4 - решает задачи в области основы экономики, менеджмента, маркетинга, необходимые для формирования экономического мышления	ON 2 – «Способен составлять содержательные тексты в академическом и профессиональном контексте на казахском (или русском) и иностранном языках и грамотно представлять их в письменной и устной форме; владеть навыками академического письма, передавать информацию, связанную с искусственным интеллектом, в структурированном и многоязычном формате с учетом профессиональной терминологии, навыков цифровой и деловой коммуникации".
ON 10 - умеет продвигать товары и услуги через социальные сети используя Digital технологии в маркетинге	ON 5 – умеет оценивать эффективность маркетинговых мероприятий, производственно-экономического потенциала предприятия	
	ON 6 – умеет анализировать навыки формирования потребительских предпочтений покупателей с использованием базы данных BigDate и визуализацией данных	
	ON 7 – умеет определять элементы системы маркетинговых коммуникаций и инструментов брендинга и применять их при разработке стратегий маркетинга и управления торговыми марками	
Форма обучения	Очное, дистанционная образовательная технология (ДОТ)	
Сроки обучения	Подготовка специалистов ведется по очной и ДОТ формам обучения на базе среднего общего, технического и профессионального образования и высшего образования. Типовые сроки обучения: 4 года – очная на базе СОС, 3 года – очная и ДОТ на базе ТиПО, 2 года – очная и ДОТ на базе ВО.	
Язык обучения	Казахский, русский	
Объем кредитов	240	
Присуждаемая академическая степень	По окончании обучения по образовательной программе «Digital маркетинг», присуждается академическая степень	

	бакалавр бизнеса и управления
Структурное подразделение, ответственное за разработку	Кафедра «Экономика и маркетинг»
Уровень образования, предшествующий для обучения по данной ОП	среднее общее, техническое и профессиональное образование, высшее образование
Наличие аккредитации/лицензии ОП	Лицензия №KZ40LAM00001225
Дата утверждения ОП	Протокол № от « » 202 г

2. Карта компетенций 6B04109 «Digital маркетинг»

Формулировка компетенции	Код	Содержание компетенции	Элементы образовательной программы, формирующие компетенции
1 Общеобразовательные	OK1	«Способен интерпретировать ключевые элементы гуманитарных и общественных наук, включая философию и политологию, а также выявлять и осмысливать этические и социальные ценности, заложенные в их теориях, концепциях и практиках». Способен интерпретировать общие компетенции, обеспечивающие социально-культурное развитие личности будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций, эмпатии, толерантности и уважения к индивидуальным особенностям личности.	История Казахстана, Экология, безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие, Казахский (русский) язык, Информационно-коммуникационные технологии, Психология, Политология, Культурология, Социология, Философия, Community Service Learning Основы права и антикоррупционной культуры Управление конфликтами
	OK2	«Способен составлять содержательные тексты в академическом и профессиональном контексте на казахском (или русском) и иностранном языках и грамотно представлять их в письменной и устной форме; владеть навыками академического письма, передавать информацию, связанную с искусственным интеллектом, в структурированном и многоязычном формате с учетом профессиональной терминологии, навыков цифровой и деловой коммуникации».	Казахский (русский) язык, иностранный язык, профессионально ориентированный иностранный язык, академическое письмо I "Основы искусственного интеллекта, Бизнес-английский, Академический английский
2. Общепрофессиональные компетенции	БК 3	способен анализировать фундаментальные аспекты экономической теории на микро - и макроуровнях и маркетинговую деятельность коммерческой фирмы с использованием знаний по математике и статистике, эконометрика	Экономическая теория, математика в экономике Микроэкономика, Основы предпринимательства и финансовая грамотность, Бухгалтерский учет Финансы, Статистика, Эконометрика
	БК 4	решает задачи в области основы экономики, менеджмента, маркетинга, необходимые для формирования экономического мышления	Менеджмент, Маркетинг, Макроэкономика, Управление конфликтами, Организационное поведение, Международный маркетинг, Оптовоз-розничная торговля
	БК 5	умеет оценивать эффективность маркетинговых мероприятий, производственно-экономического потенциала предприятия	Основы предпринимательства и финансовая грамотность, Алгоритмизация и программирование, Бухгалтерский учет, Финансы, Статистика, Эконометрика, "Разработка Startup", Организация коммерческой деятельности, оптовоз-розничная торговля, Мерчендайзинг, Агротаркетинг, Транспортная логистика
	БК 6	умеет анализировать навыки формирования потребительских предпочтений покупателей с использованием базы данных BigDate и визуализацией данных	Профессионально-ориентированный иностранный язык, Статистика, Эконометрика, Маркетинговые исследования, Поведение потребителей, Визуализация данных, Обработка

			больших данных BigDate, Интернет маркетинг, SMM, Онлайн торговля, Digital технологии в маркетинге,
	БК 7	умеет определять элементы системы маркетинговых коммуникаций и инструментов брендинга и применять их при разработке стратегий маркетинга и управления торговыми марками	Маркетинговые коммуникации, Стратегический маркетинг, Digital технологии в маркетинге Брендинг, Мерчендайзинг, Онлайн торговля, Реклама товаров и услуг
Профессиональные компетенции	ПК 8	способен сравнивать маркетинговые стратегии для формирования планов маркетинга при организации коммерческой деятельности и разработке стратегических маркетинговых задач	Стратегический маркетинг, Промышленный маркетинг, Research Paper, Comprehensive exam preparation
	ПК 9	ON 9 - интегрирует теоретические основы классического маркетинга и методы маркетинговых исследований для решения конкретных практических задач в различных отраслях	Маркетинговые исследования, Промышленный маркетинг, Обработка больших данных BigDate, Paper, Comprehensive exam preparation, Международный маркетинг, Агро маркетинг, Транспортная логистика
	ПК 10	умеет продвигать товары и услуги через социальные сети используя Digital технологии в маркетинге	Маркетинговые коммуникации, Профессионально-ориентированный иностранный язык, Интернет маркетинг, Реклама товаров и услуг, SMM, Брендинг, Онлайн торговля,
+Примечание:	ОК БК ПК	Общеобразовательные компетенции Базовые компетенции Профессиональные компетенции	

2. Карта компетенций 6B04109 «Digital маркетинг»

Формулировка компетенции	Код	Содержание компетенции	Элементы образовательной программы, формирующие компетенции
1 Общеобразовательные	ОК1	Формирование мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций будущего специалиста, конкурентоспособного на основе владения информационно-коммуникационными технологиями, выстраивания программ коммуникации на государственном, русском и иностранном языках, ориентация на здоровый образ жизни, самосовершенствование и профессиональный успех.	История Казахстана, Казахский (русский) язык, Иностранный язык
	ОК2	Формирование системы общих компетенций, обеспечивающих социально-культурное развитие личности, будущего специалиста на основе сформированности его мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций.	Экология, безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие, Основы права и антикоррупционной культуры
	ОК3	Развитие способности к межличностному социальному и профессиональному общению на государственном, русском и иностранном языках.	иностранный язык, казахский (русский язык), бизнес английский язык, академический английский язык Экология. безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие, Основы искусственного интеллекта
	ОК4	Развитие информационной грамотности через овладение и использование современных информационно-коммуникационных технологий во всех сферах своей жизни и деятельности;	Информационно-коммуникационные технологии, Интернет маркетинг
	ОК5	Формирование навыков саморазвития и образования в течение всей жизни	Философия, Психология, Политология, Культурология, Социология, Основы предпринимательства и финансовой грамотности, Community Service Learning
	ОК 6	Формирование личности, способной к мобильности в современном мире и физическому самосовершенствованию.	Физическая культура
2. Общепрофессиональные компетенции	БК 7	Владение основами экономических знаний, научными представлениями о менеджменте, маркетинге, статистике, финансах, математических расчетах в экономике и т.п.	Экономическая теория, Микроэкономика, Макроэкономика, Маркетинг, Бухгалтерский учет, Статистика, Финансы, Математика в экономике, Академическое письмо,

			Эконометрика
	БК 8	Умение давать поручения, управлять действиями других людей, учитывая способности, возможности и мотивацию сотрудников	Менеджмент, Учебная практика, Маркетинг, Управление конфликтами, Организационное поведение
	БК 9	Знание и владение базовыми и профессионально-ориентированными иностранным, казахским (русским) языками	Профессиональный казахский (русский) язык, Профессионально-ориентированный иностранный язык,
	БК 10	Владеть способностью программировать в современных операционных средах и инструментальными средствами для продвижения товаров и услуг	Алгоритмизация и программирование, Сбор и обработка больших данных BigDate, Визуализация данных
	БК 11	Владение методологией и проектно-аналитическими навыками по разработке маркетинговой стратегии, проведению маркетинговых исследований по оценке ее эффективности и использования маркетинговых инструментов	Маркетинговые исследования, Стратегический маркетинг, Разработка StartUP, Онлайн торговля, Оптово-розничная торговля
	БК 12	Овладение навыками аналитической работы по оценке влияния факторов внутренней и внешней среды на маркетинговую и рекламную деятельность предприятия	Реклама товаров и услуг, Маркетинговые коммуникации, Брендинг
Профессиональные компетенции	ПК 13	Приобретение навыков для разработки стратегий маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности экономики	Агротехнологии, Международный маркетинг, Транспортная логистика, Промышленный маркетинг, Производственная практика, Дипломная работа (проект)
	ПК 14	Умение ориентироваться в современных информационных потоках и адаптироваться к динамично меняющимся явлениям и процессам, знать современные подходы маркетинга	Digital технологии в маркетинге, Поведение потребителей, SMM, Интернет маркетинг, Мерчендайзинг, Организация коммерческой деятельности, Экономика логистических систем
+Примечание:	ОК	Общеобразовательные компетенции	
	БК	Базовые компетенции	
	ПК	Профессиональные компетенции	

3. МАТРИЦА ДОСТИЖИМОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ 6В04109 «Digital маркетинг»

№	наименование дисциплин	академ кредиты	компетенции									
			ON 1	ON 2	ON 3	ON 4	ON 5	ON 6	ON 7	ON 8	ON 9	ON 10
Цикл общеобязательных дисциплин (обязательный компонент)												
1.	История Казахстана	Основным содержанием модуля является базовые знания в области гуманитарных наук на основе современной истории нашего государства и комплексного спектра базовых знаний о природе функционирования и становления общества во всех его аспектах, как на современной, так и на предыдущих стадиях развития, нацеленные на формирование высокообразованной личности с широким кругозором и культурой мышления	5	✓								
2.	Экология, безопасность жизнедеятельности и устойчивое развитие	Изучение дисциплины позволяет сформировать у обучающихся представления об экологии как науке, о взаимосвязи и взаимозависимости человека и окружающей среды; умений идентификации основных опасностей среды обитания человека; умений анализировать и оценивать экологическую ситуацию; навыков владения способами и современными технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; навыков рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды	5	✓								
3.	Казахский (русский) язык	Цель программы – овладение системой языка и способами ее использования в межкультурно-коммуникативной деятельности; овладение системой речи и коммуникацией как готовность и способность осуществлять коммуникативные акты; уметь использовать информацию из средств массовой информации, официальных источников и научную литературу по специальности с целью получения информации для формирования профессиональной компетенции	10	✓								
4.	Информационно-коммуникационные технологии	Роль ИКТ в ключевых секторах развития общества. Стандарты в области ИКТ. Введение в компьютерные системы. Архитектура компьютерных систем. Программного обеспечения. Операционные системы. Взаимодействие человека с компьютером. Системы управления базами данных. Анализ данных. Управление данными. Сети и телекоммуникации. Кибербезопасность. Интернет-технологии. Облачные и мобильные технологии. Мультимедийные технологии. Smart технологии. E- технологии. Электронный бизнес. Электронное обучение. Электронное правительство. Информационные технологии в	5	✓								

		профессиональной сфере. Индустриальные ИКТ. Перспективы развития информационно-коммуникационных технологий												
5.	Иностранный язык	Целью программы является формирование межкультурно-коммуникативной компетенции студентов в процессе иноязычного образования на достаточном уровне (A2, общеевропейская компетенция) и уровне базовой достаточности (B1, общеевропейская компетенция). В зависимости от уровня подготовки обучающийся на момент завершения курса достигает уровня B2 общеевропейской компетенции при наличии языкового уровня обучающегося на старте выше уровня B1 общеевропейской компетенции. Задачами программы являются: 1) освоение обучающимися лексики и языковых особенностей иностранного языка и формирование коммуникативно-функциональной компетенции; 2) формирование межкультурной компетенции как способности к межкультурной коммуникации у личности, определяемой как субъект межкультурной коммуникации. 3) формирование навыков аргументации на иностранном языке и понимания языковых и культурных особенностей страны изучаемого языка.	10	✓										
6.	Психология	Дисциплина направлена на формирование социально-гуманитарного мировоззрения обучающихся в контексте решения задач модернизации общественного сознания, определенных государственной программой «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания». В ходе изучения данной дисциплины происходит освоение основных психологических понятий, теорий и подходов к изучению общества и его подсистем; выработка навыков описания и психологического анализа актуальных проблем современного общества, сущности социальных процессов и отношений; привитие навыков использования знаний, полученных в процессе усвоения психологии в профессиональной деятельности.	2	✓										
7.	Политология	Политология как наука. Основные этапы становления и развития политической науки. История политической мысли Казахстана. Политика в системе общественной жизни. Власть как политический феномен. Социально – этнические общности и национальная политика. Политическая система общества. Государство и гражданское общество. Политические партии и общественные движения. Политические режимы. Демократизация и политическая модернизация общества. Политический процесс и политическая деятельность. Политическое сознание и политическая культура. Политические элиты и	2	✓										

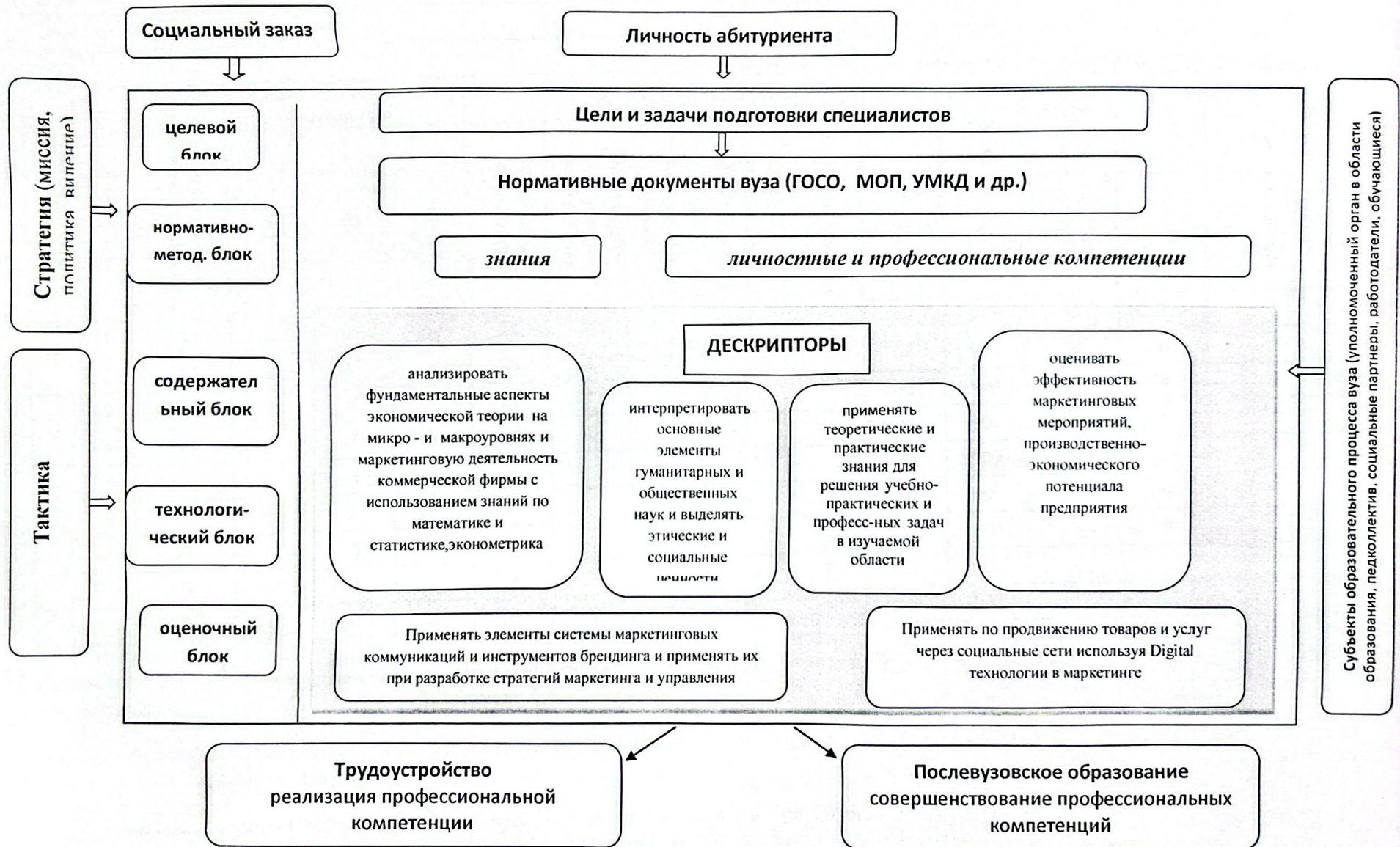
		политическое лидерство. Политические технологии. Мировая политика и международные отношения. Глобальные проблемы современности. Политические проблемы Суверенного Казахстана.											
8.	Культурология	Культурология как наука. Культура как система ценностей и как знаково-символическая система. Культура и природа. Субъекты культуры. Человек в мире культуры. Религия, искусство и наука в системе культуры. Типология культур. Социодинамика культуры. Межкультурное взаимодействие. Культура древнего общества, средних веков, Ренессанса, Нового времени, XIX-XX вв. Эволюция культуры Казахстана. Проблема Запад-Восток в культурологическом аспекте. Культура и формирование глобальной цивилизации.	2	✓									
9.	Социология	Социология является наукой о социальном бытии, социальных измерениях общества, особенности (формы, законы, закономерности) взаимодействия индивидов, их групп, сообществ. Она охватывает большой массив знаний о социальной действительности, также разнообразные подходы, методики ее исследования и интерпретации полученных результатов. На основе уже имеющегося знания социология дает свою интерпретацию общественного сознания и поведения людей, формирует свой категориальный аппарат (например, о видах и типах сознания и деятельности), свое видение объективного и субъективного в общественных процессах, свое представление о макро- и микроуровнях человеческой деятельности.	2	✓									
10.	Философия	Дисциплина «Философия» направлена на формирование у студентов открытости сознания, понимание собственного национального кода и национального самосознания, духовной модернизации, конкурентоспособности, реализма и прагматизма, независимого критического мышления, культ знания и образования, на усвоение таких ключевых мировоззренческих понятий, как справедливость, достоинство и свобода, а также на развитие и укрепление ценностей толерантности, межкультурного диалога и культуры мира.	5	✓									
Цикл базовых дисциплин (вузовский компонент)													
11.	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	3					✓					

		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.																	
21.	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.)	3		✓														
22.	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.	5			✓		✓											
23.	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	5			✓		✓											
24.	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.	3			✓		✓		✓									
25.	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	4			✓		✓		✓									

		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.												
Цикл профилирующих дисциплин (компонент по выбору)														
47.	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.	4										✓	✓
48.	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	4										✓	✓
49.	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.	5					✓					✓	
50.	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.	5							✓		✓		✓
51.	Международный маркетинг	Изучаются сущность и особенности международного маркетинга, причины, задачи, цели, виды международного	5					✓					✓	

		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																	
52.	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.							✓										✓
53.	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.	5						✓										✓
54.	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	5						✓										✓
	Всего кредитов по ОП		240																

МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА БАКАЛАВРИАТА EsU по ОП 6B04109- Digital маркетинг



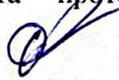
Сводная таблица, отражающая объем освоенных кредитов в разрезе модулей образовательной программы

Образовательная программа «Digital маркетинг», 4 г.о.

Курс обучения	Семестр	Количество осваиваемых модулей	Количество изучаемых дисциплин			Количество кредитов KZ						Всего в часах	Всего академических кредитов /ECTS	Количество итоговых контролей	
			ОК	ВК	КВ	Теоретическое обучение	Физкультура/ НИРМ(Д) /стажировка	Учебная практика/педагогическая	Производственная /исследовательская практика	Итоговая аттестация	Всего			экс	диф.зачет, отчет, аттес
1	1	3	4	2	1	28	2				30	900	30	7	1
	2	5	8	1		26	2	2			30	900	30	6	2
2	3	3	2	5		28	2				30	900	30	6	1
	4	4	1	7	1	25	2		3		30	900	30	6	2
3	5	3		4	3	30					30	900	30	6	
	6	3		2	4	25			5		30	900	30	6	1
4	7	3		3	3	30					30	900	30	6	
	8	3		2		8			14	8	30	900	30		2
итого		0	13	15	22	200	8	2	22	8	240	7200	240	43	9

Рассмотрено на заседании кафедры «Экономика и маркетинг» протокол № 9 от «14» 04 2025 г.
Зав. кафедрой  Замбинова Г.К.

Рассмотрено на совете факультета Бизнеса и управления, протокол № 9 от «15» 04 2025 г.
Декан  Алина Г.Б.

Рассмотрено на заседании НМС университета протокол № 9 от «17» 04 2025г.
Председатель НМС университета  Мақыш С.Б.