

Esil University

«Экономика және маркетинг» кафедрасы



Бекітемін
Ғылыми Кеңес Төрағасы
А.А. Таубаев

2025 ж.

6B04109 «Digital маркетинг» білім беру бағдарламасының
ТӨЛҚҰЖАТЫ

Астана, 2025

ББ атауы	6B04109 Digital маркетинг
Білім беру саласының коды және жіктелуі	6B04 Бизнес, басқару және құқық
Дайындық бағытының коды және жіктелуі	6B041 Бизнес және басқару
ББ мақсаты	"Digital маркетинг" білім беру бағдарламасының мақсаты тауарлар мен қызметтерді ілгерілету мақсатында маркетингтік, ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың озық жетістіктерін пайдалана отырып, маркетингтік қызметті және бизнесті кәсіби жүргізуге қабілетті мамандарды кешенді даярлау болып табылады.
ҰБШ, СБШ, БСХС бойынша деңгей	ҰБШ - 6 СБШ - 6 БСХС - 6
Кәсіби қызмет саласы	Тұтынушының талаптарын, кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктері мен салалық ерекшелігін ескере отырып, нарықта тиімді қызмет ету үшін әртүрлі ұйымдық - құқықтық нысандағы кәсіпорындар қызметтерінің өзара іс-қимылына бағытталған кәсіби қызметті қамтиды.
ББ айрықша ерекшеліктері	(ПКК/ЕДП/академиялық алмасу/ дуалды оқыту/ Көптілділік/ эксперименттік және т. б) Екі дипломды білім беру бағдарламасы. Университет Францияның Колледж Де Парижімен (College De Paris) бірге қос дипломдық білім беру бағдарламасын жүзеге асыруда
Кәсіби қызмет объектісі	Түлектердің кәсіби қызметінің объектілері: кәсіпорындар, халық шаруашылығы салаларының әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысанындағы коммерциялық ұйымдар, маркетингтік қызмет саласында кәсіби білімді талап ететін коммерциялық емес ұйымдар мен бірлестіктер болып табылады.
Түлектерді орналастыру орындары жұмысқа	Түлектер отандық және халықаралық өндірістік және сауда компанияларында, коммерциялық емес ұйымдарда, мемлекеттік басқару органдарында және қызмет көрсету саласында жұмыс істей алады.

Құзыреттіліктер/ оқыту нәтижелері		
Кәсіптік	Жалпы кәсіптік	Жалпы білім беру
ON 8 - коммерциялық қызметті ұйымдастыру және маркетингтің стратегиялық мақсаттарын әзірлеу кезінде маркетингтік жоспарларды құру үшін маркетингтік стратегияларды салыстыра алады	ON 3- математика мен статистика, эконометрия білімдерін пайдалана отырып, микро және макродеңгейлердегі экономикалық теорияның іргелі аспектілерін және коммерциялық компанияның маркетингтік қызметін талдай алады.	ON 1 - "Философия мен саясаттануды қоса алғанда, гуманитарлық және әлеуметтік ғылымдардың негізгі элементтерін түсіндіруге, сондай-ақ олардың теорияларына, тұжырымдамалары мен тәжірибелеріне енгізілген этикалық және әлеуметтік құндылықтарды анықтауға және түсінуге қабілетті". Болашақ маманның идеялық, азаматтық және адамгершілік ұстанымдарын, эмпатиясын, толеранттылығын және жеке тұлғаның даралық ерекшеліктерін құрметтеуді қалыптастыру негізінде оның тұлғасының әлеуметтік-мәдени дамуын қамтамасыз ететін жалпы құзыреттерді түсіндіре алады;
ON 9 - әртүрлі салалардағы нақты практикалық мәселелерді шешу үшін классикалық маркетинг пен маркетингтік зерттеу әдістерінің теориялық негіздерін біріктіреді.	ON 4 – экономикалық ойлауды қалыптастыруға қажетті негізгі экономика, менеджмент, маркетинг саласындағы мәселелерді шешеді	ON 2 - «Қазақ (немесе орыс) және шетел тілдерінде академиялық және кәсіби контексте мазмұнды мәтіндер құрастырып, оларды жазбаша және ауызша түрде сауатты ұсынуға қабілетті; академиялық жазу дағдыларын меңгеріп, кәсіби терминологияны, цифрлық және іскерлік коммуникация дағдыларын ескеріп, жасанды интеллектке қатысты ақпаратты құрылымды және көптілді форматта жеткізе алады».
ON 10 - маркетингте цифрлық технологияларды пайдалана отырып, әлеуметтік желілер арқылы тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуді біледі	ON 5 – маркетинг қызметінің тиімділігін, кәсіпорынның өндірістік-экономикалық әлеуетін бағалауды біледі	
	ON 6 - BigDate деректер базасын және деректерді визуализациялау арқылы сатып алушылардың тұтынушылық талғамдарын қалыптастыру дағдыларын талдауды біледі	
	ON 7 - маркетингтік коммуникация жүйесінің элементтерін және брендинг құралдарын анықтай алады және оларды маркетинг пен брендті басқару стратегияларын әзірлеуде қолдана алады.	
Оқыту түрі	Күндізгі, қашықтықтан білім беру технологиясы (ҚБТ)	
Оқу мерзімі	Мамандарды даярлау күндізгі және ҚБТ нысандары бойынша жалпы орта, техникалық және кәсіптік білім және жоғары білім базасында жүргізіледі. Типтік оқу мерзімдері: 4 жыл – ЖҚБ базасындағы күндізгі бөлім, 3 жыл – ТжКБ базасындағы күндізгі және ҚБТ	

	2 жыл – күндізгі және ЖОО базасында ҚБТ
Оқыту тілі	Қазақ, орыс
Кредит көлемі	240
Берілетін академиялық дәреже	" Digital маркетинг " білім беру бағдарламасы бойынша оқу аяқталғаннан кейін бизнес және басқару бакалавры академиялық дәрежесі беріледі
Әзірлеуге жауапты құрылымдық бөлімше	Экономика және маркетинг кафедрасы
Осы ББ бойынша оқыту үшін алдыңғы білім деңгейі	жалпы орта, техникалық және кәсіптік білім, жоғары білім
ББ Аккредитациясының / лицензиясының болуы	Лицензия №KZ40LAM00001225
ББ бекіткен күні	Хаттама № от « » 202 ж

2. 6B04109 «Digital маркетинг» құзыреттілік картасы

Құзыреттілікті қалыптастыру	Код	Құзыреттіліктің мазмұны	Құзыреттілікті қалыптастыратын білім беру бағдарламасының элементтері
1 Жалпы білім беру құзыреттілігі, эмоционалды интеллект	ЖБҚ1	"Философия мен саясаттануды қоса алғанда, гуманитарлық және әлеуметтік ғылымдардың негізгі элементтерін түсіндіруге, сондай-ақ олардың теорияларына, тұжырымдамалары мен тәжірибелеріне енгізілген этикалық және әлеуметтік құндылықтарды анықтауға және түсінуге қабілетті". Болашақ маманның идеялық, азаматтық және адамгершілік ұстанымдарын, эмпатиясын, толеранттылығын және жеке тұлғаның даралық ерекшеліктерін құрметтеуді қалыптастыру негізінде оның тұлғасының әлеуметтік-мәдени дамуын қамтамасыз ететін жалпы құзыреттерді түсіндіре алады;	Қазақстанның қазіргі тарихы, Қазақ (орыс) тілі, Шет тілі, Экология, тіршілік қауіпсіздігі және тұрақты даму Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, Психология, Саясаттану, Әлеуметтану, Философия, Құқық негіздері және жемқорлыққа қарсы мәдениет, Жанжалдарды басқару I, Community Service Learning
	ЖБҚ 2	«Қазақ (немесе орыс) және шетел тілдерінде академиялық және кәсіби контексте мазмұнды мәтіндер құрастырып, оларды жазбаша және ауызша түрде сауатты ұсынуға қабілетті; академиялық жазу дағдыларын меңгеріп, кәсіби терминологияны, цифрлық және іскерлік коммуникация дағдыларын ескеріп, жасанды интеллектке қатысты ақпаратты құрылымды және көптілді форматта жеткізе алады».	Қазақ (Орыс) тілі, Шетел тілі, Кәсіби бағытталған шет, Академиялық жазу I "Жасанды интеллект негіздері, Бизнес ағылшын тілі, Академиялық ағылшын тілі
2. Жалпы кәсіптік	ЖК 3	Математика мен статистика, эконометрика білімдерін пайдалана отырып, микро және макродеңгейлердегі экономикалық теорияның іргелі аспектілерін және коммерциялық компанияның маркетингтік қызметін талдай алады.	Экономикалық теория, Экономикадағы математика Микроэкономика, Кәсіпкерлік негіздері және қаржылық сауаттылық, Бухгалтерлік есеп Қаржы, Статистика, Эконометрика
	ЖК 4	Экономикалық ойлауды қалыптастыруға қажетті негізгі экономика, менеджмент, маркетинг саласындағы мәселелерді шешеді	Менеджмент, Маркетинг, Макроэкономика, Ұйымдастырушылық мінез-құлқы, Көтерме-бөлшек сауда, Жанжалдарды басқару, Халықаралық маркетинг
	ЖК 5	Маркетинг қызметінің тиімділігін, кәсіпорынның өндірістік-экономикалық әлеуетін бағалауды біледі	Кәсіпкерлік негіздері және қаржылық сауаттылық, Алгоритмдеу және бағдарламалау, Бухгалтерлік есеп, Қаржы, Статистика, Эконометрика, "Startup әзірлеу", Коммерциялық қызметті ұйымдастыру, Көтерме-бөлшек сауда Мерчендайзинг, Агрорықтар, Көлік логистикасы
	ЖК 6	BigDate деректер базасын және деректерді визуализациялау арқылы сатып алушылардың тұтынушылық талғамдарын қалыптастыру дағдыларын талдауды біледі	Кәсіби бағытталған шет тілі, Статистика, Эконометрика, Маркетингтік зерттеулер, Тұтынушылардың мінез-құлқы Деректерді визуализациялау, Үлкен деректермен жұмыс істеу (Big Data), Интернет маркетинг, Маркетингтегі Digital технологиялар, SMM, Онлайн сауда

	ЖК 7	Маркетингтік коммуникация жүйесінің элементтерін және брендинг құралдарын анықтай алады және оларды маркетинг пен брендті басқару стратегияларын әзірлеуде қолдана алады.	Маркетингтік коммуникациялар, Стратегиялық маркетинг, Маркетингтегі Digital технологиялар, SMM, Тауарлар мен қызметтер жарнамасы, Бренддинг, Мерчендайзинг, Онлайн сауда,
3. Кәсіби құзыреттер	КҚ 8	Коммерциялық қызметті ұйымдастыру және маркетингтің стратегиялық мақсаттарын әзірлеу кезінде маркетингтік жоспарларды құру үшін маркетингтік стратегияларды салыстыра алады	Стратегиялық маркетинг, Өнеркәсіптік маркетинг, Research Paper, Comprehensive exam preparation
	КҚ 9	Өртүрлі салалардағы нақты практикалық мәселелерді шешу үшін Классикалық маркетинг пен маркетингтік зерттеу әдістерінің теориялық негіздерін біріктіреді.	Маркетингтік зерттеулер, Өнеркәсіптік маркетинг, Үлкен деректермен жұмыс істеу (Big Data), Research Paper, Comprehensive exam preparation, Халықаралық маркетинг, Агромаркетинг, Көлік логистикасы
	КҚ 10	Маркетингте цифрлық технологияларды пайдалана отырып, әлеуметтік желілер арқылы тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуді, бағдарламалық құралдар мен жасанды интеллект әдістерін практикалық қолдана біледі	Кәсіби бағытталған шет, Маркетингтік коммуникациялар, Интернет маркетинг, SMM, Тауарлар мен қызметтер жарнамасы Бренддинг, Онлайн сауда
+ Ескерту:	ЖБҚ БҚ КҚ	Жалпы білім беру құзыреттілік Базалық құзыреттілік Кәсіби құзыреттілік	

3. 6B04109 «Digital маркетинг» ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІНЕ ҚОЛ ЖЕТКІЗУ МАТРИЦАСЫ

№	Пән атауы	академ кредитт ер	Жалпы міндетті пәндер циклі (міндетті компонент)											
			ON 1	ON 2	ON 3	ON 4	ON 5	ON 6	ON 7	ON 8	ON 9	ON 10		
1.	Қазақстан тарихы	Модульдің негізгі мазмұны мемлекетіміздің қазіргі заман тарихы негізінде гуманитарлық ғылымдар саласындағы базалық білім және қоғамның барлық аспектілерінде, қазіргі және дамудың алдынгы сатыларында қалыптасуы мен қызмет ету табиғаты туралы базалық білімнің кешенді спектрі болып табылады, ол ой-өрісі кең және ойлау мәдениеті жоғары білімді тұлғаны қалыптастыруға бағытталған	5	✓										
2.	Экология, тіршілік қауіпсіздігі және тұрақты даму	Экология және тіршілік қауіпсіздігі тұрақты дамудың негізгі компоненттері ретінде қарастырылады. Пәнді зерттеу, қоршаған ортаның жағдайы, адамның іс-әрекеті мен өмір сапасы арасындағы байланысты түсінуге мүмкіндік береді. Экологиялық тұрақтылыққа, табиғи ресурстарды ұтымды пайдалану мәселелеріне, төтенше жағдайлардың салдарын болдырмау және жою мәселелеріне ерекше назар аударылады. Оқу барысында студенттер қазіргі заманғы табиғатты қорғау технологиялары, тұрақты дамудың халықаралық және ұлттық тетіктері туралы білім алады, сондай-ақ экологиялық қауіпсіздік пен табиғатты қорғау саласындағы тәжірибелік дағдыларды алады. Экологиялық мәдениет пен жауапкершілікті дамыту білім беру үрдісінің маңызды бөлігі болып табылады. Тұрақты даму қоғамның қазіргі даму стратегиясын көрсетеді, онда қазіргі ұрпақтың қажеттіліктерінің қанағаттандырылуы, болашақ ұрпаққа зиян келтірмей- ақ жүзеге асады. Курс білім алушыларда экологиялық, әлеуметтік және экономикалық негізделген шешімдерді қабылдау үшін тұрақты дамуды фундамент ретінде	5	✓										

		жүйелі түрде түсіну үшін бағытталған											
3.	Қазақ (Орыс) тілі	Бағдарламаның негізгі мақсаты - тілдік жүйені меңгеру және оны мәдениетаралық және коммуникативтік іс-әрекетте қолдану жолдары; сөйлеу және коммуникация жүйесін коммуникативтік іс-қимылдарды жүзеге асыру қабілеттілігі мен қабілеті ретінде игеру; кәсіби біліктілікті қалыптастыру үшін ақпарат алу үшін бұқаралық ақпарат құралдарынан, ресми дереккөздерден және ғылыми әдебиеттерден ақпаратты пайдалана білу.	10										
4.	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	Қоғам дамуының негізгі секторларындағы акт рөлі. АКТ саласындағы стандарттар. Компьютерлік жүйелерге кіріспе. Компьютерлік жүйелердің архитектурасы. Бағдарламалық қамтамасыз ету. Операциялық жүйелер. Адамның компьютермен өзара әрекеттесуі. Деректер базасын басқару жүйелері. Деректерді талдау. Деректерді басқару. Желілер мен Телекоммуникациялар. Ортақ валюта. Интернет-технологиялар. Бұлтты және мобильді технологиялар. Мультимедиялық технологиялар. Smart технологиясы. Е-технологиялар. Электрондық бизнес. Электрондық оқыту. Электрондық үкімет. Кәсіби саладағы ақпараттық технологиялар. Индустриялық акт. Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды дамыту перспективалары	5		✓								
5.	Шетел тілі	Бағдарламаның негізгі мақсаты шетілдік білім беру үдерісінде студенттердің мәдениетаралық-коммуникативтік құзіреттерін жеткілікті (A2, жалпыеуропалық құзыреттер) және базалықжеткілікті (B1, жалпыеуропалық құзыреттер) деңгейлерінде қалыптастыру болып табылады. Білім алушының тілдік деңгейі дайындығына	5		✓								

		байланысты жоғары оқу орнына түскенге дейін В1 жалпыеуропалық құзыреттілік деңгейінен жоғары болса, курстың аяқталу кезеңінде В2 жалпыеуропалық құзыреттілік деңгейіне жете алады. Бағдарламаның міндеттері: 1) білім алушыларға шетел тілінің лексикасын мен тілдік ерекшеліктерін игерту және олардың коммуникативтік-функционалды құзыреттіліктерін қалыптастыру; 2) мәдениаралық коммуникация субъектісі болып табылатын жеке тұлғаның мәдениаралық қарым-қатынасқа қабілеттілігін көрсететін, мәдениаралық құзыреттілігін қалыптастыру. 3) шетел тілінде дәлелдеу дағдыларын қалыптастыру және тілі оқытылатын елдің тілдік және мәдени ерекшеліктерін түсіну.											
6.	Психология	Пән «Болашақ көзқарас: қоғамдық сананы модернизациялау» мемлекеттік бағдарламасы мен анықталған қоғамдық сананы жаңғырту міндеттерін шешу тұрғысынан студенттердің әлеуметтік және гуманитарлық көзқарасын қалыптастыруға бағытталған. Осы пәнді оқып-үйрену барысында қоғам мен оның кіші жүйелерін зерттеуге арналған негізгі психологиялық ұғымдардың, теорияның және тәсілдердің дамуы; заманауи қоғамның қазіргі мәселелерін сипаттау және психологиялық талдау дағдыларын дамыту, әлеуметтік процестер мен қарым-қатынастардың мәні; кәсіби қызметте психологияны меңгеру барысында алынған білімді пайдалану дағдыларын дамыту.	3	✓									
7.	Саясаттану	Саясаттану ғылым ретінде. Саяси ғылымның қалыптасуы мен дамуының негізгі кезеңдері. Қазақстанның саяси ойының тарихы. Қоғамдық өмір жүйесіндегі саясат. Билік саяси феномен ретінде. Әлеуметтік-этникалық қауымдастықтар және ұлттық	2	✓									

		<p>саясат. Қоғамның саяси жүйесі. Мемлекет және азаматтық қоғам. Саяси партиялар және Қоғамдық қозғалыстар. Саяси режимдер. Қоғамды демократияландыру және саяси жаңғырту. Саяси процесс және саяси қызмет. Саяси сана және саяси мәдениет. Саяси элиталар және саяси көшбасшылық. Саяси технологиялар. Әлемдік саясат және халықаралық қатынастар. Қазіргі заманның жаһандық мәселелері. Егемен Қазақстанның саяси мәселелері</p> <p>Мәдениеттану ғылым ретінде. Мәдениет құндылықтар жүйесі және таңбалы-символдық жүйе ретінде. Мәдениет және табиғат. Мәдениет субъектілері. Мәдениет әлеміндегі адам. Мәдениет жүйесіндегі дін, өнер және ғылым. Типологиясы мәдениеттер. Мәдениет социодинамикасы. Мәдениетаралық өзара іс-қимыл. Ежелгі қоғам, Орта ғасырлар, Ренессанс, жаңа заман мәдениеті, XIX-XX ғ. Қазақстан мәдениетінің эволюциясы. Батыс-Шығыс мәселесі мәдени аспектіде. Жаһандық өркениеттің мәдениеті мен қалыптасуы</p> <p>Әлеуметтану әлеуметтік болмыс, қоғамның әлеуметтік өлшемдері, индивидтердің, олардың топтарының, қоғамдастықтардың өзара іс-қимылының ерекшеліктері (формалары, заңдары, заңдылықтары) туралы ғылым болып табылады. Ол әлеуметтік шындық туралы білімнің үлкен массивін, сондай-ақ әртүрлі тәсілдерді, оны зерттеу және алынған нәтижелерді интерпретациялау әдістерін қамтиды. Қазіргі білім негізінде әлеуметтану адамдардың қоғамдық санасы мен мінез - құлқына өзінің интерпретациясын береді, өзінің категориялық аппаратын (мысалы, сананың түрлері мен түрлері және қызметі туралы), қоғамдық процестерді объективті және субъективті көзқарасты, адам қызметінің макро-және</p>												
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		микроденгейлері туралы өзінің түсінігін қалыптастырады.																	
8.	Мәдениеттану	Мәдениеттану ғылым ретінде. Мәдениет құндылықтар жүйесі және таңбалы-символдық жүйе ретінде. Мәдениет және табиғат. Мәдениет субъектілері. Мәдениет әлеміндегі адам. Мәдениет жүйесіндегі дін, өнер және ғылым. Типологиясы мәдениеттер. Мәдениет социодинамикасы. Мәдениетаралық өзара іс-қимыл. Ежелгі қоғам, Орта ғасырлар, Ренессанс, жаңа заман мәдениеті, XIX-XX ғ. Қазақстан мәдениетінің эволюциясы. Батыс-Шығыс мәселесі мәдени аспектіде. Жаһандық өркениеттің мәдениеті мен қалыптасуы.	2	✓															
9.	Әлеуметтану	Әлеуметтану әлеуметтік болмыс, қоғамның әлеуметтік өлшемдері, индивидтердің, олардың топтарының, қоғамдастықтардың өзара іс-қимылының ерекшеліктері (формалары, заңдары, заңдылықтары) туралы ғылым болып табылады. Ол әлеуметтік шындық туралы білімнің үлкен массивін, сондай-ақ әртүрлі тәсілдерді, оны зерттеу және алынған нәтижелерді интерпретациялау әдістерін қамтиды. Қазіргі білім негізінде әлеуметтану адамдардың қоғамдық санасы мен мінез - құлқына өзінің интерпретациясын береді, өзінің категориялық аппаратын (мысалы, сананың түрлері мен түрлері және қызметі туралы), қоғамдық процестерде объективті және субъективті көзқарасты, адам қызметінің макро-және микроденгейлері туралы өзінің түсінігін қалыптастырады.	2	✓															
10.	Философия	«Философия» пәнін қарастыру барысында жаңартылған мазмұнын зерттеуге, студенттердің бойында сананың ашықтығы, өзіндік ұлттық код, ұлттық сана-сезім, рухани жаңғыру, бәсекеге қабілеттілік, реализм және прагматизм, сыни ойлау, білімге ұмтылыс қасиеттерін қалыптастыруға, олардың әділдік, намыс, еркіндік және тағы басқа дүниетанымдық ұғымдарды	5	✓															

		игеруіне, сонымен қатар, толеранттық құндылықтарын, мәдениетаралық сұқбат пен бейбіт өмір сүру мәдениетін нығайтуға және дамытуға бағытталған.																	
Базалық пәндер циклі (ЖОО компоненті)																			
11.	Экономикалық теория	Пән үй шаруашылығының заңдылықтары мен аралас әлеуметтік-бағдарлы экономиканың әртүрлі деңгейлеріндегі шаруашылық жүргізуші субъектілердің ұтымды мінез-құлқы туралы, оның маңызды сипаттамаларын ашу мақсатында ұдайы өндіріс процесіндегі терең себеп-салдарлық байланыстар туралы білім береді; ресурстары шектеулі әлемде шаруашылық субъектілерінің (өндірушілер, сатушылар, сатып алушылар) экономикалық таңдауы туралы; шаруашылық қызметі және ұдайы өндіріс процесіндегі адамдар арасындағы экономикалық қатынастар туралы	3																
12.	Экономикадағы математика	Пәнді оқу студенттерді теориялық және практикалық есептерді шешуге қажетті математикалық аппараттың негіздерімен таныстыруды, студенттерге математика және оның қосымшалары бойынша оқу әдебиеттерін өз бетінше оқи білуді, логикалық ойлауды дамытуды және математикалық мәдениеттің жалпы деңгейін көтеруді, қолданбалы сұрақтарды математикалық зерттеу дағдыларын дамытуды және есепті математикалық тілге аудару білуді мақсат етеді.	5																
13.	Микроэкономика	Пәнді меңгерудің мақсаты – бағалау және талдау әдістемесі, сондай-ақ микроэкономикалық деңгейде нарықтық ортаның оқиғаларын болжау, экономиканың «шағын» субъектілерінің, мысалы, фирманың, фирманың, фирманың, кәсіпорынның, кәсіпорынның, шаруашылық жүргізуші субъектілерінің проблемалары туралы білімді қалыптастыру. жеке тұтынушы, тауарлар мен ресурстар нарығы; микроэкономикада жалпы	3																

	<p>қабылданған оңтайлылық пен тиімділік критерийлерін ескере отырып, әртүрлі басқару шешімдерін бағалау дағдылары, жеке нарықтардың теле-техника күйлерін сипаттайтын стандартты теориялық модельдердің әртүрлі нарықтық жағдайларын сипаттауға негізделген дағдыларды қалыптастыру.</p>	5										
14.	<p>Пән студенттерге менеджмент саласында теориялық білім алуға және менеджмент құралдарын практикада қолдану дағдыларын алуға мүмкіндік берсін, атап айтқанда, студенттердің ситуациялық және жүйелік ойлауын қалыптастыруға және дамытуға, басқарудың байланыстырушы функцияларының мәні мен мазмұнын зерттеуге, тиімді басқару шешімдерін табу үшін шығармашылық қабылдеттерін аналитикалық қабылдеттерін дамытуға ықпал етсін.</p>	5										
15.	<p>Менеджмент</p>	<p>Курс кәсіпорының менеджменттік қызметін ұйымдастыруды білуді қамтамасыз етеді. Жалпы кәсіпорының басқару қызметі, оның ішінде менеджменттік зерттеулерді, менеджменттік элементтерін басқару, әртүрлі салалар мен салаларда менеджменттік стратегияларды әзірлеу үшін маңызды мәні бар тиімді менеджменттік жұмысты ұйымдастыру негізінде жатқан принциптерді, әдістерді, құралдарды зерттеуді қамтиды</p>	6									
16.	<p>Менеджмент</p>	<p>Пәннің мақсаты – кәсіпкерлік, қызметтері және бизнесті жүргізудің негізгі принциптері туралы білім алу; кәсіпкерлік қызметтің саласын және ұйымдық-құқықтық нысанын тандау мәселелері бойынша практикалық дағдыларды дамыту; құқықтық құжаттарды әзірлеу, бизнес-жоспар әзірлеу мәселелерінде, жеке қаржыға қатысты шешімдер қабылдау кезінде ұтымды қаржылық мінес-құлық, сонымен қатар ширфрлық технологияларды қолдану арқылы қаржылық</p>										
	<p>Кәсіпкерлік негіздері және қаржылық сауаттылық</p>											

		қызметтерді тұтынушылар ретінде олардың құқықтары мен мүдделерін қорғауға қатысты процестерді сыни тұрғыдан бағалау және талдау мүмкіндігі.											
17.	Алгоритмдеу және бағдарламалау	"Алгоритмдеу және бағдарламалау" пәнінің мақсаты: компьютерлердегі есептерді шешудің негізгі кезеңдерін зерттеу, алгоритмдер мен олардың формальды сипаттамаларын түсіну, алгоритмдердің негізгі сипаттамаларын және оларды әзірлеуді, бағдарламалық алгоритмдердің негізгі түрлерін, принциптерін зерттеу, бағдарламалау парадигмаларында (процедуралық, логикалық, функционалды, объектіге бағытталған) құзыреттіліктерді қалыптастыру және бағдарламалау тілдерінің ерекшеліктері мен сипаттамаларымен танысу.	3										
18.	Макроэкономика	Пән экономикалық жүйе дамуының негізгі заңдылықтары, макроэкономикалық заңдар, категориялар, ұғымдар туралы білімді қалыптастыруға мүмкіндік береді; маңызды экономикалық және әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерді талдау және есептей білу; макроэкономикалық талдау және экономикалық жүйедегі макроэкономикалық процестердің ықтимал дамуын болжау дағдылары	5										
19.	Кәсіби бағытталған шет тілі	Пән білім алушыларда олардың қызметі саласында барабар кәсіби қарым-қатынас жасау үшін жеткілікті коммуникативтік құзыреттіліктерді қалыптастыру; Кәсіптік қызметті табысты жүзеге асыру үшін қажетті тілдік, сөйлеу, пәндік құзыреттіліктерді жетілдіру; білім алушылардың өз бетінше іздестіру-зерттеу қызметінің дағдыларын, дағдылары мен құзыреттерін қалыптастыру және проблемалық кәсіптік - бағдарланған міндеттер.	3										
20.	Академиялық жазу I	Пән кәсіби құзыреттілікті қалыптастыру және аналитикалық	3										

	<p>Мәтіндік қызметпен байланысты коммуникациялық қызметтілікті кеңейту; білім алушыларда лингвистикалық және прагматикалық ойлау дағдыларын, тілдің мәнерлі бірліктерін талдау және коммуникацияның мақсаттары мен шарттарына байланысты қажетті бірлікті тандауды сауатты жүзеге асыру дағдыларын қалыптастыру мақсатында оқытылады.</p>	3											
21.	<p>Community Service Learning</p>	<p>Пән қоғамға қызмет етуді қоғамдық игілікті дамытуға ерікті үлес қосу және студенттерге әлеуметтік жауапкершіліктің жоғары деңгейін сініру нысаны ретінде түсінуді дамыту мақсатында оқытылады. Курс волонтерлік, краудсорсинг, краудфандинг, ұжымдық даналық сияқты әлеуметтік тәжірибелерді жүзеге асыру дағдыларын қалыптастырады. Білім алушыларға өздерінің кәсіби құзыреттерін (зантырлық, маркетингтік, экономикалық, копирайтинг және т. б.) дамыту үшін өтеусіз коммуникациялық қызметтер көрсетілетін практикалар қолданылады.</p>	5										
23.	<p>Б.У.Ғагерлік есеп</p>	<p>«Қаржы» пәні студенттерді қаржылық сауатты, тұлғарындамалар мен мерзімдерді, олардың жақтетуін, әлеуметтік-экономикалық процестерді орыны мен мәнін игерудегі теориялық және практикалық дайындықтарын қамтамасыз етуге бағытталған. Қаржы сипатын, олардың жұмыс істеу ерекшеліктерін, әлеуметтік өндірісті тиімді дамыту санаттарының механизмін, қаржы</p>	5										

		ұйымдарын ұйымдастырудың формалары мен өзара әрекеттестігі мен олардың әдістерін зерттейді.											
24.	Статистика	Пәнді оқытудың мақсаты статистикалық әдіснаманы: статистикалық деректерді жинау, өңдеу және талдаудың жалпы принциптерін, тәсілдерін, әдістерін: бұқаралық қоғамдық құбылыстар мен процестердің даму заңдылықтары мен үрдістерін, олардың сандық сипаттамаларын зерделеу болып табылады	3					✓					
25.	Эконометрика	Студенттердің қазіргі заманғы проблемалар саласындағы білім мен дағдыларды, экономикалық процестерді эконометриялық зерттеу әдістерін иемденуін қамтиды. Экономикалық модельдер құру және олардың параметрлерін бағалау, экономикалық көрсеткіштердің қасиеттері туралы гипотезаларды және олардың өзара қатынастарының нысандарын тексеру. Эконометрикалық талдау экономикалық талдау және болжау үшін негіз болып табылады, ол дұрыс экономикалық шешімдер қабылдау үшін мүмкіндік береді.	4					✓					
26.	Маркетингтік коммуникациялар	Маркетингтік коммуникациялардың теориялық негіздері мен заманауи тұжырымдамалары, жарнамалық қызметті ұйымдастыру және жарнамалық науқандарды өткізу әдістері зерттеледі. Жарнаманы жоспарлау мен бақылауды жүзеге асырудың ерекшеліктері ашылады. Әр түрлі салалардағы Маркетингтік коммуникациялардың ерекшелігі қарастырылады, жаңа коммуникациялық технологиялар, корпоративтік деңгейдегі стратегиялық коммуникациялық шешімдер түсіндіріледі	3							✓			✓
27.	"Startup әзірлеу"	"Startup әзірлеу" пәні идеяны іздеуден бастап өнімнің нарыққа шығуына дейін өміршең минималды өнімді (MVP) құру процесіне бағытталған. Курс өз өніміңізді құрудың барлық процесін, Soft Skills-ті дамытуды, топтық жұмысты және іскерлік дағдыларды қамтиды. Студенттер рефлексия, сыни ойлау, интернет-	3					✓				✓	

		коммерция қағидаттарымен танысу, өз өнімдерін таныстыру, нарықта өз бетінше өмір сүру, өзгеріп отырған сыртқы жағдайларға жедел және икемді әрекет ету, командалық жұмыста жауапкершілікті өз мойнына алу, жана бизнес - идеяларды іске асыруға үйренеді																
28.	Маркетингтік зерттеулер	Маркетингтік зерттеулердің мәні мен мәні қарастырылады. Маркетингтік зерттеулердің мақсаты, міндеттері, нысандары оқытылады. Маркетингтік зерттеулер жүргізу қажеттілігін анықтау әдістемесі ашылады. Маркетингтік зерттеулер жүргізу, әртүрлі кәсіпорындарда маркетингтік зерттеулерді жүзеге асыру үшін ақпаратты алудың, сақтаудың, өңдеудің негізгі әдістерін, тәсілдері мен құралдарын меңгеру дағдылары қалыптасады	5															
Базалық пәндер (таңдау компоненті)																		
29.	Құқық негіздері және жемқорлыққа қарсы мәдениет	Курста құқықтың пайда болу, даму және қызмет ету заңдылықтарын, негізгі құқықтық ұғымдарды анықтауды, сонымен қатар қазақстандық құқықтың негізгі салаларының (конституциялық, әкімшілік, азаматтық, қылмыстық және т.б.) ролі туралы, басқа да нормалармен құқықтық мәселелерді шешуде бағдарлау үшін қажетті білімді ұсынады. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл шаралары және мемлекеттік сыбайлас жемқорлыққа қарсы стратегияларды іске асыру туралы кешенді көзқарасты қалыптастырады.	3															
30.	Тұтынушылардың мінез-құлқы	Тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторлар, сатып алу мінез-құлқының түрлері оқытылады. Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі туралы білімді жүйелендіруге ықпал етеді, сатып алушылардың тұтынушылық қалауын қалыптастыру ерекшеліктерін түсіндіреді. Сатып алу тәртібіне кешенді талдау жүргізу, сатып алушының перспективаларын іздеу және бағалау дағдылары қалыптасады.	5															

		принциптері, өнеркәсіптік кәсіпорындағы маркетингтің даму факторлары, өнеркәсіптік кәсіпорындағы маркетингтік қызметтің құрылымы мен әдістері оқытылады. Қазақстандағы өнеркәсіп кәсіпорындарының ассортименттік, бағалық, өткізу, коммуникациялық саясатының ерекшеліктері қарастырылады. Өнеркәсіптік кәсіпорынның маркетингін ұйымдастыру және бақылау ерекшеліктері ашылады.											
36.	Деректерді визуализациялау	Мақсаты: ақпаратты көрнекі түрде ұсыну үшін деректерді визуализациялау әдістерін меңгеру, үлкен көлемдегі деректерді өңдеу және олардан құнды ақпаратты алу әдістерін түсіну	5						✓				
37.	Үлкен деректермен жұмыс істеу (Big Data)	Мақсаты: Студенттерді цифрлық маркетинг контекстінде деректерді пайдалануға баса назар аудара отырып, оларды жинау, сақтау, талдау және интерпретациялауды қоса алғанда, кең көлемді ақпараттық көлемдермен жұмыс істеуге үйрету. Студенттер әртүрлі деректер түрлерімен жұмыс істеу дағдыларын, деректерді өңдеу әдістері мен құралдарын түсінуді үйренеді, бұл оларға маркетингтік нақандарда стратегиялық шешімдер қабылдау үшін ақпаратты тиімді пайдалануға мүмкіндік береді	5						✓		✓		
38.	Ұйымдастырушылық мінез-құлық	Пән шеңберінде білім алушылар персоналды басқару тұжырымдамасын іске асыру процесінде жеке тұлғалар, топтар мен ұйымдар мінез-құлқының теориялық негіздері, ұйымдастырушылық мінез-құлықтың жеке және әлеуметтік-психологиялық негіздері туралы білім алады; Ұйымдастырушылық мінез-құлық процесінің мазмұнын талдай білу, әріптестермен кооперация процесінде қызметкерлердің мінез-құлқын қалыптастыратын факторларды талдай білу; әр түрлі ұйымдастырушылық, басқарушылық және әлеуметтік-экономикалық мәселелерді шешу,	4						✓				

		топтық динамиканы реттеу әдістерін қолдану және командаларды, шығармашылық шағын топтарды құру дағдыларын игереді																	
39.	Көтерме-бөлшек сауда	Көтерме және бөлшек сауда міндеттері, бөлшек сауда әдістері, сауда-технологиялық процестерді ұйымдастырудың негізгі принциптері, сауда жабдықтарының түрлері оқытылады. Жеке сауда кәсіпорны деңгейінде және жалпы салада сауда-технологиялық процестерді ұйымдастыру бойынша білім беріледі. Сауда желісін үздіксіз тауарлық жабдықтау және сатып алушыларға оңтайлы қызмет көрсету әдістері мен сату технологиясы оқытылады.	4																
40.	Академиялық ағылшын тілі	Пән академиялық ағылшын тілін меңгеру мақсатында оқытылады, бұл студенттерге академиялық тілді меңгеруге сауатты және саналы түрде қарауға мүмкіндік береді, бұл қол жеткізілген деңгейдегі дескрипторларда, модельденген сөйлеу формаларында және коммуникация түрлерінде (өз ойларын сауатты баяндау, мәтіндерді талдау, эссе жазу, іскерлік құжаттама) көрініс табады.	5																
Бейіндеуші пәндер (ЖОО компонент)																			
41.	Интернет маркетинг	Интернет-маркетинг пен интернет-жарнаманың мәні мен құрылымы ашылады. Трендтер, интернет-маркетинг, жасау ерекшеліктері баннерлік жарнама ерекшелігі, іздеу жарнама артықшылықтары e-mail жарнама ұғымы және мақсаттары іздеу оңтайландыру оқытылады. Ғаламдық Интернет желісінде тиімді маркетингтік қызмет үшін қажетті деректерді талдау және түсіндіру, әлеуметтік желілерде жылжыту дағдылары қалыптасады.	5																
42.	Жанжалдарды басқару	Конфликттердің теориясы мен практикасы саласында, оларды реттеу жолдары мен құралдары, келіссөздер процесі туралы жүйеленген білім негізінде студенттерде конфликтологиялық	5																

		жүйелендіреді, негізгі сұрақтар мен тәжірибелік-бағытталған тапсырмалар/есептер/кейстерді студенттердің тұтастай жүйелі түрде көре білуіне ықпал етеді. Comprehensive exam preparation кәсіби пәндердің мазмұнына шолу жасайды, сәйкес әдебиеттерді, емтихан сұрақтарының блоктарын, болашақ кәсіби іс-әрекеттерде негізгі құзыреттіліктер бойынша алған білімдерін реттейді және түсіндіреді.												
			Бейіндік пәндер (таңдау компоненті бойынша)											
47.	Тауарлар мен қызметтер жарнамасы	Пән жарнаманың мақсаттарын, әдістерін, функцияларын, түрлерін, мүмкіндіктері мен құралдарын, жарнамалық коммуникация процесін, оның құрамдас бөліктері мен олардың өзара әрекеттесу ерекшеліктерін, жарнамадағы зерттеулердің негізгі түрлерін, жарнамалық қызметтің шығармашылық жағын, жарнамалық науқанды ұйымдастыру мен өткізуді зерттейді.	5									✓		✓
48.	Брендінг	Қазіргі экономикалық дамудағы бренд рөлі, компанияның маркалық саясаты саласындағы заннамалық негізі, брендтің негізгі атрибуттары қарастырылады. Брендінгтің даму перспективалары және нарықтың әр түрлі түрлерінде брендтердің қалыптасу ерекшеліктері. Брендінгтің ұйымдастырушылық нысандары, бренд-менеджерлердің функционалдық міндеттері, маркалық құндылықты құрайтын сауда маркаларын құру және дамыту мәселелері оқытылады	5									✓		✓
49.	Мерчендайзинг	Мерчендайзингтің мақсаттары, міндеттері, принциптері мен функциялары, оның өткізуді басқару жүйесіндегі рөлі қарастырылады. Қазақстандағы мерчендайзингтің тарихы мен ерекшеліктері зерттеледі. Мерчендайзингтің құралдары мен әдістері, коммерциялық жабдықтар мен тауарларды сауда алаңында орналастыру әдістері ашылады. Тауар құнына сараптама жүргізу және тауарды сауда алаңында	5								✓		✓	

		нарықтық жаһандануымен экономикалық интеграциясымен экономикалық түбегейлі өзгеруімен	басымдығымен, және процестердің байланысты жағдайлардың байланысты.											
54.		Пәннің мақсаты жеткізуді ұйымдастыруға және тасымалдаушыны таңдауға логистикалық тәсілді ескере отырып, жеткізу тізбегін басқару және көлік түрлерінің инфрақұрылымын тиімді пайдалану саласындағы кәсіби қызмет дағдыларын меңгерген мамандарды даярлау, Прогрессивті технология бойынша көлік-логистикалық сервисті тиімді ұйымдастыра білу, студенттердің нақты ғылыми түсініктері мен материалдық ағындарды басқару дағдыларын қалыптастыру болып табылады	5											
	Көлік логистикасы ББ бойынша барлық кредиттер		240											

**Білім беру бағдарламасының модульдері аясында берілген кредит көлемін көрсететін жиынтық кесте
«Digital маркетинг» Білім беру бағдарламасы, 4 ж.**

Оқу курсы	Семестр	Менгерілген модульдер саны	Оқытылатын пән саны			Кредит саны KZ						Сарат	Барлық академиялық кредит /ECTS	Қорытынды бақылау саны	
			МК	ЖООК	ТҚ	Теориялық бөлім	Дене тәрбиесі/ МҒЗЖ (Д) / тағалымдама	Оқу практикасы / педагогикалық	Өндірістік / зерттеу практикасы	Қорытынды аттестация	Барлығы			емтихан	диф. сынақ, есеп
1	1	3	4	2	1	28	2				30	900	30	7	1
	2	5	8	1		27	2	1			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
Барлығы		0	13	15	22	200	8	1	22	8	240	7200	240	43	9

Экономика және маркетинг кафедрасының отырысында каралды
Кафедра меңгерушісі  Замбинова Г.К.

2025 жылғы « 14 » 04 жылғы № 9 хаттама

Бизнес және басқару факультеті Кенесінің отырысында каралды, хаттама № 9 « 15 » 04 2025 ж
Декан  Алина Г.Б.

Университеттің ҒӘК отырысында каралды « 16 » 04 2025 жылғы № 9 хаттама
Төрайымы  Мақыш С.Б.