

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

АКАДЕМИК Е.А. БӨКЕТОВ АТЫНДАҒЫ ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ

«КЕЛІСІЛДІ»  
Қарағанды облысының кәсіпкерлер палатасының директоры

Кульпеисов Е.Д.

« 26 » 03 2024 ж.

«КЕЛІСІЛДІ»  
Қарағанды облысы «Сауда палатасы» ҚК Басқарма төрағасы

Бексеитова К.К.

« 26 » 03 2024 ж.

«КЕЛІСІЛДІ»  
«Интерстройсервис и К» ЖШС директоры

Досжанов Б.С.

« 26 » 03 2024 ж.

«6B04113 – Маркетинг және SMM»  
білім беру бағдарламасының

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ

Деңгейі: Бакалавриат

Қарағанды  
2024 ж.

Мамандық шифры мен атауы: 6B04113-Маркетинг және SMM

Түскен жылы: 2024

Курс: 1-4

Оқу бөлімі: Күндізгі

Оқу мерзімі: 4

Пән коды	Пән коды	Пән коды	Пән коды	Пән коды	Негізгі бөлімдердің қысқаша сипаттамасы	Оқытудың нәтижелері (құзіреттіліктер)	Пререквизитер	Постреквизиттер
azhm1331	Әлеуметтік желілердегі маркетинг	4	2	Студенттердің әлеуметтік желілердегі жарнама мәселелері бойынша теориялық және практикалық білім алуы, мұндай жарнаманың тиімділігі мен нәтижелілігі; ғаламтордағы статистикалық зерттеулер, әлеуметтік желілердің пайдаланушылары туралы ақпаратты жинау және талдау; әлеуметтік желілерде маркетингтік зерттеулер жүргізу.	Әлеуметтік медиадағы коммуникациялар мен зерттеулер бойынша шешімдерді жоспарлау және негіздеу мәселелері зерттеледі. Ұйым маркетингі құрылымындағы әлеуметтік медиадағы маркетинг орнына; әлеуметтік медиадағы маркетингтің қазіргі заманғы модельдері мен құралдарына, даму трендтеріне, әлеуметтік желілердегі маркетингке арналған өзекті зерттеулерге ерекше назар аударылды.	Білу және түсіну: әлеуметтік желілердегі жарнама тәсілдерін; әлеуметтік желілер жүйесінің типтік мүмкіндіктерін; аналитика жүйесінің арнайы терминологиясын білу. Білім мен түсінуді қолдану: әлеуметтік желілерде корпоративтік аккаунттарды жылжыту саласындағы қазіргі заманғы бағдарламалық өнімдердің мүмкіндіктерін зерттеу, қорыту және сыни бағалау; статистиканы жинау нәтижелерін қорытындылау және сыни бағалау; әлеуметтік желілерде жарнамаға жұмсалатын шығындарды жоспарлау және талдау үшін Корпоративтік қаржыны басқарудың қазіргі заманғы әдістерін қолдану. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: әлеуметтік желілердегі интернет-белсенділіктің тиімділігі мен нәтижелілігін бағалау; әлеуметтік желілердегі веб-статистиканы жинаудың қазіргі заманғы әдістемелеріне ие; әлеуметтік желілерде жұмыс істеу дағдыларына ие.	Маркетинг негіздері	Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар SMM-жылжыту SMM-консалтинг Маркетинг өлшемдері Электрондық коммерция Айдентика Брендинг Маркетингтегі трафик және аналитика Цифрлық ортаға кіріспе

Sgk1331	SMM-re кіріспе	4	2	Студенттердің әлеуметтік медиамаркетинг саласында жүйеленген білім алуы, SMM құралдарын практикалық пайдалану мүмкіндігін беру.	Social media-да коммуникациялық стратегияны қалыптастыру ерекшеліктері, аккаунттарды жүргізу және жылжыту тиімділігі мәселелері және әлеуметтік желілерде, интернетте коммуникацияларды құру тәжірибесі; әлеуметтік желілер маркетингі құралдарын іс жүзінде пайдалану (SMM) оқытылады.	<p>Білу және түсіну: әлеуметтік желілер аудиториясының ерекшеліктерін білу және түсіну; маркетинг құралы ретінде SMM сипаттамасын; танымал әлеуметтік желілердің маркетингтік сипаттамасын; блогтар мен микроблогтарды пайдаланудың маркетингтік ерекшеліктерін; әлеуметтік желілерде жұмыс істеу үшін маркетингтік мүмкіндіктерді; әлеуметтік желілерде қатысу стратегиясын құру принциптерін; SMM-науқанды жүзеге асыру форматтарын; SMM саласында зерттеу қызметін жүзеге асырудың қазіргі заманғы тәсілдерін, әдістері мен технологияларын білу және түсіну.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: аудиторияны SMM-де сегменттеу және таргеттеуді жүргізе білу; маркетингтік мақсатта танымал әлеуметтік желілерді, блогтар мен шағынблогтарды сипаттауды пайдалану; әлеуметтік желілерде жұмыс істеу үшін маркетингтік құралдарды пайдалану; әлеуметтік медиа платформасында SMM-активтілікті ұйымдастыру; Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі</p>	Маркетинг негіздері	SMM-жылжыту SMM-консалтинг Маркетинг өлшемдері Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар Электрондық коммерция Цифрлық ортаға кіріспе
---------	----------------	---	---	---	---	--	---------------------	---

im1331	Интернет-маркетинг	4	2	Студенттердің тиімді қызметті ұйымдастыру үшін қажетті білімді, дағдылар мен құзыреттілікті қалыптастыру, сондай-ақ ктии өнімдерін Интернетте жылжыту.	Компанияның маркетингтік міндеттерін іске асыру үшін Интернет-маркетингтің қазіргі заманғы құралдары, қойылған міндеттерге қол жеткізу үшін интернет-жарнама және онлайн-маркетинг қызметтерін жеткізушілермен жұмысты ұйымдастыру және жұмысты құру және интернет-маркетингке қаражат салудан тиімділікті талдау жүйесін құру зерттеледі.	<p>Білу және түсіну: Интернетте сату мен жылжытудың негізгі құралдары мен құралдарын, лидогенерация, SEO – оңтайландыру, конверсияны арттыру құралдарын біледі.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: ұйымның қысқа, орта және ұзақ мерзімді маркетингтік міндеттерін іске асыру үшін Интернет-маркетингтің қазіргі құралдарының арасында таңдау жасай алады, интернет-жарнама мен веб - талдаудың түрлі жүйелерін теңшей алады; Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: Интернеттегі компания қызметінің нәтижелерін талдау әдістерін меңгерген.</p>	Маркетинг негіздері	Өлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар SMM-жылжыту SMM-консалтинг Data Science-ке кіріспе Маркетинг өлшемдері Веб-сайттарды жасау Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Электрондық коммерция
--------	--------------------	---	---	--	--	---	---------------------	--

Sk2228	SMM-консалтинг	5	3	Студенттердің әлеуметтік желілер мен Интернетте теориялық және практикалық білім, білік және дағды алуы.	SMM құралдарын практикалық пайдалану мәселелері, әлеуметтік желілер мен Интернетте дамыту тұрғысынан кеңес беру ерекшеліктері, кәсіпорынды дамыту тұжырымдамасы, сайттар мен интернет-жарнамаларды жылжыту, сондай-ақ аккаунттарды жүргізу және жылжыту мәселелері зерттеледі.	Білу және түсіну: аккаунт жүргізу стратегиясын құруды білу; контент жасау жоспарын әзірлеуді түсіну, Білім мен түсінікті қолдану: мақсатты аудиторияны таңдап, жарнамалық науқан тиімді болуы үшін тиісті баптауларды орындай білу; Пайымдауларды қалыптастыру: SMM стратегиясын әзірлеу, контентті құру және орналастыру, таргеттелген жарнамаларды теңшеу; Коммуникативті қабілеттер: анимациялық бейнероликтер, интерактивті stories жасай білу, LIVE-трансляциялар жүргізеді және клиенттерді тарту және брендтің танымалдығын арттыру үшін әлеуметтік желілердің барлық жаңа форматтарын пайдалана білу; Оқыту дағдылары: постылар мен олардың мәтіндерін жариялау, пайдаланушылардың белсенділігін қадағалау және оған жауап беру.	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг	Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру Таргеттелген жарнама және веб-аналитика Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Электрондық коммерция Маркетингтегі трафик және аналитика
--------	----------------	---	---	--	--	--	---	---

Szh2228	SMM-жылжыту	5	3	Интернетте компанияны, брендті, тауарды немесе қызметті жылжыту тәсілдері мен әдістері туралы білімді қалыптастыру.	<p>Аудиторияны әлеуметтік желілер, блогтар, форумдар, қауымдастықтар арқылы сайтқа тарту тәсілдері зерттеледі.</p> <p>Компанияның интернетте алға басуына байланысты сұрақтардың тұтас спектрі шешілуде: брендті жылжыту, брендтеу; сайтқа келушілер санының артуы; марканың танымалдығының артуы; брендке қатысты аудиторияның адалдығын арттыру.</p>	<p>Білу және түсіну: веб-ресурстарды құру принциптері мен әдістерін білу; әлеуметтік желілерде мәдениет және өнер саласындағы ресурстарды жылжыту ерекшелігін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: әлеуметтік желілерде қатысу форматын анықтай білу; Пайымдауларды қалыптастыру: бірегей сауда ұсынысын тұжырымдау-компанияны және оның тауарларын/қызметтерін бәсекелестерден тиімді ажырататын нәрсе; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді;</p> <p>Оқыту дағдылары: әлеуметтік желілердегі брендтің ағымдағы жағдайын бағалау; жазылушылардың саны мен белсенділігі, контенттің өзектілігі мен сапасы.</p>	<p>Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг</p>	<p>Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру Таргеттелген жарнама және веб-аналитика Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Электрондық коммерция Маркетингтегі трафик және аналитика Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика Жарнамадағы Арт-дизайн</p>
---------	-------------	---	---	---	--	---	---	--

azhimk2228	Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар	5	3	Маркетингтік коммуникациялық саясатты ұйымдастыру және жүргізу үшін және оның нәтижелері негізінде әлеуметтік желілердегі коммуникациялық стратегиялардың тиімділігін бағалау үшін қажетті теориялық білімдер мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.	<p>Әлеуметтік желілерде ИМК-ның өнімді өткізуді ынталандыру мен сұранысты қалыптастыруға ықпал ету процесі; өткізуді кеңейту үшін белгілі бір тауардың маркетингтік коммуникацияларының неғұрлым тиімді түрлерін таңдау; кәсіпорынды тиімді позициялау және оның коммуникациялық қызметінің негізгі бағыттары; бұқаралық коммуникациялардың жекелеген құралдары, олардың функцияларының ерекшеліктері және аудиторияға әсер ету; қазіргі әлемдегі бұқаралық коммуникация құралдарының қызметі мен жарнама қызметінің арасындағы тәуелділік зерделенеді.</p>	<p>Білу және түсіну: маркетингтік коммуникацияның негізгі мазмұнын, функциялары мен нысандарын білу; маркетинг кешенінің құрылымындағы Маркетингтік коммуникациялардың рөлі мен орнын түсіну;          Білім мен түсінуді қолдану: маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу үшін қажетті ақпараттық ресурстарды тарта білу;          Пайымдауларды қалыптастыру: студенттерде маркетингтік коммуникация саласында кәсіби білімді, дағдылар мен іскерлікті қалыптастыру және оларда тиісті кәсіби және жеке қасиеттерді тәрбиелеу;          Коммуникативтік қабілеттер: алынған білім мен дағдыларды жобалармен жұмыс істеу.          Оқыту дағдылары: маркетингтік бағдарламаларды жоспарлау және болжау үшін маркетингтік коммуникация құралдарын пайдалану.</p>	<p>Маркетинг негіздері          Интернет-маркетинг          SMM-ге кіріспе          Әлеуметтік желілердегі маркетинг</p>	<p>Таргеттелген жарнама және веб-аналитика          Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика          Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic          Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика          Жарнамадағы Арт-дизайн</p>
------------	--	---	---	--	---	---	--	--

DSkk2332	Data Science-ке кіріспе	6	4	Студенттерді деректерді талдау және машиналық оқыту, Python тілінде программалау әдістерімен және негізгі концепциялармен таныстыру.	<p>Деректерді талдау және машиналық оқытудың негізгі концепциялары мен әдістері оқытылады. Білім алушылар сондай-ақ Python тілінде бағдарламалауды үйренеді, интернет желісінен және файлдардың әр түрлі түрлерінен мәліметтерді алудың және өңдеудің базалық тәсілдерімен танысады.</p>	<p>Білу және түсіну: Python базалық синтаксисін, Машиналық оқыту міндеттерінің негізгі түсініктері мен сыныптарын біледі; регрессия, жіктеу дегеніміз не екенін түсінеді, осы есептерді шешу үшін қандай алгоритмдер бар екенін біледі.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: python-да қарапайым визуализация жасай алады; негізгі сипаттамалы статистиканы, негізгі метрикттерді санай алады, python-да қарапайым үлгі жасай алады және оның сапасын бағалайды.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдысы: Python тілінде бағдарламалау дағдысы бар; мәтіндік деректермен жұмыс істеу үшін пакеттерді қолдана алады, жіктеу моделі, модельдің сапасын бағалайды және алынған нәтижелерді түсіндіреді.</p>	<p>Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг</p>	<p>Интернет-коммуникациялар Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика құралдары Маркетингтегі 4.0 Индустрия Цифрлық ортаға кіріспе</p>
----------	-------------------------	---	---	--	--	---	---	--



mok2332	Машиналық оқытуға кіріспе	6	4	Студенттердің негізгі концепциялары мен жобалау және машиналық оқыту саласындағы	Машиналық оқыту үрдісінің негізгі кезеңдері, классификацияның, кластеризация және регрессияның қолданбалы міндеттерін шешуде оқыту әдістерін қолдану, сонымен қатар құрылған модельдердің жұмыс сапасын бағалау оқытылады. Негізгі назар деректермен жұмыс істеуге және деректерді алдын ала талдауға бөлінген ; кестелік деректермен жұмыс істеу үшін Python тілі кітапханалары, кластеризация және визуализация әдістері оқытылады.	Білуі және түсінуі: машинамен оқытудың принциптері мен практикасын білу; машинамен оқытудың математикалық аппаратын; Python-да математикалық аппаратты жүзеге асыру; машинамен оқытудың негізгі әдістерін білу. Білім мен түсінуді қолдану: Машиналық оқыту алгоритмдерін жасай алады; алгоритмнің сапасын бағалай алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдысы: жасанды интеллект, Машиналық оқыту, терең оқыту, Машиналық оқыту әдістерін меңгерген; ПЭВМ-мен жұмыс істеу, Python бағдарламалау дағдыларын меңгерген.	Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг	SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары Цифрлық ортаға кіріспе
---------	---------------------------	---	---	--	---	---	--	--

BDA2332	Big Data Analytics	6	4	Процесс ретінде деректерді талдай отырып жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру; негізгі құрылымдар мен деректерді сақтау нысандары.	Деректерді зияткерлік талдаумен байланысты мәселелер, атап айтқанда, оның үлкен деректер массивіне қосымшасы ашылады. "Big Data Analytics" пәнін игерудің мақсаты процесс ретінде мәліметтерді талдаумен жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру болып табылады. Деректерді сақтаудың негізгі құрылымдары мен формаларын зерттеу.	<p>Білу және түсіну: Big Data технологиясының негізгі түсініктерін біледі; болжаудың негізгі түсініктерін; болжаудың негізгі технологияларын біледі.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: үлкен деректер массивін анықтай алады; үлкен деректер кластерлерін талдай алады; экономикалық процестердің даму болжамдарын әртүрлі тәсілдермен құра алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдысы: пән терминологиясын; үлкен мәліметтерді құру және қызмет көрсетудің заманауи технологияларын; болжау әдістемесі мен әдістемесін меңгерген.</p>	Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг	Веб-сайттарды жасау WEB-технологиялар SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары Цифрлық ортаға кіріспе
---------	--------------------	---	---	---	---	---	--	--

tzhks3224	Тауар және қызметтің сараптамасы	5	5	Сараптама саласында теориялық білім мен практикалық дағды мен дағдыны меңгеру.	Тауарлардың сапасын сипаттайтын ассортименттің жіктелуі мен көрсеткіштері ашылады; тауарларды сақтау, сертификаттау және кодтау шарттары; тауарларға сараптама жүргізудің және олардың бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың қазіргі заманғы әдістері; халықаралық нарықта тауарлардың әртүрлі топтарын жіктеу принциптері зерделенеді.	Сапаны басқару принциптерін; сараптама жүргізу үшін ақпарат алудың негізгі көздерін; тауарлар мен қызметтердің сапасын сипаттайтын көрсеткіштерді білу және түсіну. Білімі мен түсінігін қолдану: МЕМСТ-пен және басқа да нормативтік құжаттармен жұмыс істеу кезінде; азық-түлік емес тауарларға сараптама жүргізу және нәтижелерін ресімдеу тәртібін қалыптастыру кезінде; Пайымдауларды қалыптастыру; тауарлар мен қызметтерге сараптама жүргізу әдістерінде; сертификаттаудың құқықтық базасын және Метрологияның құқықтық негіздерін зерделеу кезінде Коммуникативті қабілеттер: практикалық тапсырмаларды шешу кезінде алған теориялық білімдерді байланыстыра білу; Оқыту дағдысы: тауарлар мен қызметтерді сараптауда заманауи әдістерді қолдану; тауарлар мен қызметтерді сараптауда құқықтық базаны меңгеру.	Маркетинг негіздері Менеджмент Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару
-----------	----------------------------------	---	---	--	--	---	--	--

attt3224	Азық-түлік тауарларының тауартануы	5	5	Тағам өнімдерінің тауартану саласында білім, білік және дағдыларды қалыптастыру.	<p>Тауартанудың теориялық негіздері баяндалады. Осы білім саласындағы негізгі ережелер, терминдер мен анықтамалар беріледі. Азық-түлік тауарларының химиялық құрамы, тағамдық құндылығы, оларды анықтайтын факторлар, тауарларды жіктеу және кодтау қарастырылады. Азық-түлік тауарлары мен шикізаттардың жекелеген топтарының тұтынушылық қасиеттері, оларды қалыптастыру және бағалау ерекшеліктері ашылады.</p>	<p>Білу және түсіну: азық-түлік тауарларының жекелеген топтарының тұтынушылық қасиеттерін қалай анықтауға болатынын білу, азық-түлік тауарларының тұтынушылық қасиеттерін қандай факторларды түсіну.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: азық-түлік тауарлары мен азық-түлік шикізатының тұтыну қасиеттері саласындағы білімді практикада қолдана білу.</p> <p>Пікір қалыптастыру: азық-түлік өнімдері мен шикізатының сапасы мен қауіпсіздігін органолептикалық бағалауды дұрыс жүргізу.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: Қоғамның азық-түлік тауарларының бәсекеге қабілеттілігін, экспортын, импортын және өндірісін ескере отырып, физиологиялық нормаларға сәйкес жекелеген тауар түрлеріне қажеттілігін болжайды.</p>	<p>Маркетинг негіздері Микроэкономика Менеджмент Маркетингтік зерттеулер</p>	<p>Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Баға және бағақалыптастыру Бизнес этикасы Компанияның жарнамалық қызметі</p>
----------	------------------------------------	---	---	--	--	---	--	--

atett3224	Азық-түлік емес тауарлардың тауартануы	5	5	Азық-түлік емес тауарлардың өмірлік циклы, ассортименті ағымында тұтынушылық қасиеттерін қалыптастыру және сақтау бойынша теориялық білім беру және тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін бағалау, таңбалау, орау және сақтау дағдыларын меңгеру.	Ассортименттің түрлері, қасиеттері және көрсеткіштері; белгілі бір сыныптағы біртекті тауарлардың сапасына қолданыстағы стандарттардың талаптары; тауарлардың негіз қалаушы сипаттамалары; тауарлардың сандық сипаттамалары; ыдыстарға және орауға қойылатын талаптар; ақаулардың түрлері; олардың пайда болу себептері; тауардың таңбалануы және оның құрамына кіретін ақпараттық белгілер; сапа градациялары оқытылады.	Білу және түсіну: азық-түлік емес тауарлар ассортиментінің жіктелуі мен топтық сипаттамасын, тұтыну қасиеттерін, сапа көрсеткіштері мен талаптарын, азық-түлік емес тауарларды таңбалау, орау, тасымалдау және сақтау ерекшеліктерін білу және түсіну; Білімдер мен түсініктерді қолдану: тауарлардың ассортиментін тану, тұтыну қасиеттерін анықтау, азық-түлік емес тауарлардың сапасын бағалау және тексеру кезінде білімді қолдана білу. Топтастыру және кодтау әдістерін тиімді қолдану арқылы көптеген тауарларды жүйелеуді дұрыс жүргізу. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: тауарлардың сапасы мен ақауларын, олардың пайда болу себептерін және сапасыз тауарларды сатуды алдын алу шараларын анықтау.	Экономикалық теория Маркетинг негіздері Микроэкономика Әлеуметтік желілердегі маркетинг Менеджмент Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Баға және бағақалыптастыру Бизнес-жоспарлау Электрондық коммерция
-----------	--	---	---	---	---	--	---	---

zh13225	Жабдықтау логистикасы	5	5	Логистикалық үдерістер саласындағы болашақ маманның құзыреттілігін қалыптастыру кәсіпорынның жабдықтау қызметі.	Сатып алу (сатып алу), кәсіпорынға жеткізу, сақтау және өндірістік тұтыну орнына беру процестерін жүзеге асыру кезінде жабдықтау принциптерімен бірге логистика қағидалары мен ережелерін іске асыратын кәсіпорынды материалдық-техникалық ресурстармен жабдықтауды ұйымдастыру тәсілдері зерделенеді	<p>Білу және түсіну: жабдықтау логистикасының ұғымдық аппаратын білу; сатып алу процедуралары мен жеткізушілерді басқару әдістерін түсіну;</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: кәсіпорынның бірінші жүйе логистикалық жүйесі ретінде жабдықтау жүйесін құру және басқару кезінде логистика әдістерін қолдана білу; Пікір қалыптастыру: логистикалық тәсілді ескере отырып, басқару қызметін жетілдіру мәселелері бойынша ақпарат көздері мен жарияланымдарды табу және тиімді пайдалану; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: интеграцияланған логистиканы ұйымдастыру кезінде әдістерді таңдау және қолдану материалдық ресурстарды жеткізушілермен тізбектер.</p>	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Микроэкономика	Стратегиялық маркетинг Маркетингі жоспарлау Маркетингі басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару Баға және бағақалыптастыру Электрондық коммерция Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер
---------	-----------------------	---	---	---	---	--	---	--

m13225	Маркетингтік логистика	5	5	Студенттердің теориялық білімді және оңтайлы арналарды зерттеу, өңдеу және практикалық жүзеге асыру дағдысын меңгеру кәсіпорындардағы дистрибуция және маркетингтік логистика.	Материалдар мен дайын өнімдердің физикалық ағынын жоспарлау, жедел басқару және бақылау мәселелері, бастапқы шикізат, жинақтаушы бөлшектер мен т.б. ағынының пайда болу орнынан бастап және олардың сұраныстарын неғұрлым тиімді қанағаттандыру мақсатында түпкілікті өнімдерді тұтынушыларға жеткізумен аяқталатын болады.	<p>Білу және түсіну: экономикадағы маркетингтік логистиканың негізгі ғылыми ұғымдарын білу; өндірістік және сауда ұйымдарының ұйымдық құрылымын құру принциптерін түсіну;</p> <p>Білім мен түсінікті қолдану: алынған білімді логистикалық жобаларды басқаруда қолдана білу.</p> <p>Пікір қалыптастыру: білімді біріктіру, күрделі мәселелерді шешу және маркетингтік логистикаға инновацияларды енгізу жобаларын қоса алғанда, жобаларды басқаруға қатысуды ұйымдастыру;</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: маркетингтік логистикадағы бизнес-үдерістерді талдау, сонымен қатар жобаларды басқаруға қатысу.</p>	Маркетинг негіздері Менеджмент Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару Маркетингтегі ақпараттық технологиялар Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер
--------	------------------------	---	---	--	---	---	--	--

log3225	Логистика	5	5	Студенттердің материалдық және оларға ілеспелі ақпараттық, қаржылық және басқа да ағымдарды басқару саласында базалық, тұрақты білім алуы, кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелері мен олардың серіктестерінің тиімді шығындарымен бизнестің корпоративтік мақсатына қол жеткізу үшін интеграцияланған өзара іс-қимылын ұйымдастыру.	Шикізат пен материалдарды өндірістік кәсіпорынға жеткізу, шикізатты, материалдар мен жартылай фабрикаттарды зауытшілік қайта өңдеу, дайын өнімді соңғысының мүдделері мен талаптарына сәйкес сатып алушыға жеткізу, сондай-ақ тиісті ақпаратты беру, сақтау және өңдеу процесінде жасалатын тасымалдауды, қоймалауды және басқа да материалдық және материалдық емес операцияларды жоспарлау, бақылау және басқару мәселелері қарастырылады.	Білу және түсіну: логистиканың теориялық-методологиялық негіздерін және ұғымдық-категориялық аппаратты білу; материалдық ағымдарды басқарудағы логистиканың принциптерін түсіну; Білімді және түсінуді қолдану: алынған білімді материалдық ресурстарға қажеттілікті анықтауда қолдана білу; Пікір қалыптастыру: логистикалық тәсілді ескере отырып, басқару қызметін жетілдіру мәселелері бойынша ақпарат көздері мен жарияланымдарды табу және тиімді пайдалану; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: логистикалық жүйелерді моделдеу және әртүрлі қызмет салаларында басқарушылық шешімдерді қабылдау үшін есептерді орындау.	Маркетинг негіздері Микроэкономика	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару Электрондық коммерция Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер
sb3226	Сатуды басқару	5	5	Үлгілеуге, барынша тиімді басқаруға және тауарлар мен қызметтерді сатуды бақылауға бағытталған тиісті теориялық білімдер мен практикалық дағдыларды қалыптастыру.	Фирманың сату және сатуды басқару әдістері қарастырылады. Сату бөлімінің даму үдерісі, сондай-ақ коммерциялық операцияларды үйлестіру және сату техникалары мен әдіснамасын енгізу зерттеледі, олар қойылған мақсаттар мен сату көлемін үнемі жеткізуге және асыра орындауға мүмкіндік береді.	Білу және түсіну: сату менеджментінің негізгі түсініктері мен принциптерін білу; тиімді жарнамалық науқандарды қалыптастыру алгоритмін түсіну. сатып алушыларға өтініш; Білім мен түсінуді қолдану: әртүрлі сату стратегиясын қолдана білу; Пікір қалыптастыру: сауда ұйымының тиімді баға саясатын қалыптастыру тәсілдерін дұрыс түсіндіру; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді; Оқыту дағдысы: сату көлемін болжау тәртібі мен процесін	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг Әлеуметтік желілердегі маркетинг Менеджмент	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару Баға және бағақалыптастыру



m3226	Мерчендайзинг	5	5	Мерчендайзингтің принциптері мен әдіснамаларының теориялық білімдерін меңгеру, оларды кәсіби қызметте қолдана білу.	Мерчендайзингтің принциптері мен техникасы сату орындарында тауарды ұсынудың үздіксіз процесі ретінде қарастырылады, қосымша пайда технологиясын қолдану арқылы тұтынушыларды тиімді басқару үшін жағдай жасау процесі және дүкеннің және меншікті сауда маркаларының танымалдығын арттыру. Сауда залы мен витриналарды декоративті безендіру бойынша заманауи ұсыныстар, дүкенде жаңашылдық, сұлулық пен жайлылық жасау үшін аймақтандыру, орналастыру және экспонаттау ережелері ашылады.	Білу және түсіну: мерчендайзинг технологияларындағы тұтынушылардың мінез-құлқының моделін білу; сауда залының ауданын тұтынушылардың мінез-құлқына барабар аймақтарға бөлу принциптерін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: саудада сатуды арттыру үшін мерчендайзингтің принциптері мен әдіснамасын қолдана білу; Пікір қалыптастыру: сауда залының аумағын психологиялық ерекшеліктеріне және келушілердің мінез-құлқына сәйкес аймақтарға сауатты бөле білу; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдысы: тауарларды сатудың мерчендайзингтік әдістерін меңгеру.	Маркетинг негіздері Статистика Менеджмент Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару
st3226	Сату технологиялары	5	5	Тұтыну нарығындағы сатып алу-сату қатынастарын қалыптастыру процесінің теориялық, әдістемелік және қолданбалы аспектілерін қарастыру.	Негізгі назар тауарлар мен қызметтерді сатудың негізгі психологиялық кезеңдерін қарауға бөлінген; сатушылардың типтері мен сатып алушылардың визуалды типтері, ұйымның әлеуетті клиенттерімен іскерлік әңгіме жүргізу техникасы, сатушылардың мақсатты белгілерін анықтау әдістері, біліктілік карталарын жасау ережелері, психологиялық тиімді жарнамалық аргументтер мен өтініштерді қалыптастыру алгоритмі, сауда ұйымының оңтайлы баға саясатын қалыптастыру тәсілдері зерделенеді.	Білу және түсіну: тауарлар мен қызметтерді сатудың негізгі психологиялық кезеңдерін білу; жарнамалық аргументтер мен өтініштерді қалыптастыру алгоритмін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: сатушыларды кәсіби таңдаудың негізгі психодиагностикалық әдістерін қолдана білу; Пікір қалыптастыру: сауда ұйымының тиімді баға саясатын қалыптастыру тәсілдерін табу және тиімді пайдалану; Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді; Оқыту дағдылары: әр түрлі тауарлар мен қызметтерге бағалардың оңтайлы деңгейін есептеу.	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг Әлеуметтік желілердегі маркетинг Статистика Менеджмент	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Компанияның жарнамалық қызметі

km3229	Қызмет маркетингі	5	5	<p>"Қызметтер маркетингі" курсының мақсаты- студенттердің қызмет көрсету саласындағы кәсіпорынның маркетингтік саясатын әзірлеудің теориялық негіздерін зерттеу болып табылады., қызмет стандарттарын әзірлеу, қызмет сапасын өлшеу, тұтынушылармен тиімді позициялау және коммуникация, қызмет көрсету саласындағы басқаруға жүйелік көзқарасы бар маманды даярлау.</p>	<p>Қызметтер маркетингінің мәні мен мазмұны, қызмет көрсету саласындағы маркетингтің таралу ауқымы мен мәні, қызметтердің сипаттамасы мен ерекшеліктері, қызметтер нарығын сегменттеу, қызмет құндылығын қалыптастыру және сервистік компанияның сату ерекшеліктері, қызметтерге сұранысты басқару, қызмет көрсету саласындағы баға белгілеу, стратегияларды қалыптастыру; қызметтерді жылжыту бойынша іс-шаралардың тиімділігін бағалау ашылады.</p>	<p>Білу және түсіну: қызмет көрсету саласындағы маркетингтің негізгі теориялық түсініктерін білу; Қызмет көрсету саласындағы мақсатты нарықты таңдау технологиясын түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: Қызмет көрсету саласындағы бизнестің маркетингтік ортасын талдай білу; Пайымдауларды қалыптастыру: ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ маркетингі саласында студенттердің теориялық білімі мен практикалық дағдыларын алуы; Коммуникативтік қабілеттер: ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, қорыту және талдау қабілетін, мақсатқа жету жолдарын таңдау және мақсат қою; Оқыту дағдысы: алынған білімді тәжірибеде, қызмет көрсету саласындағы нарықтық процестерді басқару саласында қолдану, оларды зерттеу және реттеу.</p>	<p>Маркетинг негіздері Әлеуметтік желілердегі маркетинг Интернет-маркетинг Маркетингтік зерттеулер</p>	<p>Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Электрондық коммерция</p>
--------	-------------------	---	---	--	---	--	--	---

kek3229	Коммерциялық емес кәсіпорындардың маркетингі	5	5	Игерудің мақсаты: маркетингтің теориялық және әдіснамалық негіздерін жүйелі, терең және жан-жақты зерделеуді қамтамасыз ету және коммерциялық емес ұйымдардың маркетингін қалыптастыру саласында басқарушылық шешімдерді әзірлеу және қабылдау дағдыларын меңгеру.	Коммерциялық емес ұйымдар маркетингінің мәні мен негізгі санаттары; коммерциялық емес ұйымдар маркетингінің құралдары; коммерциялық емес ұйымдар маркетингін басқару негіздері, коммерциялық емес ұйымдар маркетингінің құралдары; коммерциялық емес ұйымдар маркетингінің стратегиясы ашылады.	Білу және түсіну: коммерциялық емес ұйымдар қызметінің негізгі бағыттары мен негізгі терминдерін білу; коммерциялық емес саладағы негізгі процедуралар мен зерттеу әдістерін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: коммерциялық емес маркетингтің түрлерін талдау; Пікір қалыптастыру: Коммерциялық емес субъектілер үшін қабылданатын маркетингтік шешімдерді негіздеу. Коммуникативтік қабілеттер: ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, қорыту және талдау қабілетін, мақсатқа жету жолдарын таңдау және мақсат қою; Оқыту дағдылары: коммерциялық емес маркетингтің тиімді стратегиясын таңдау.	Маркетинг негіздері Микроэкономика	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Кәсіпорынның баға саясаты Кәсіпорындардағы шығындарды басқару Баға және бағақалыптастыру Бизнес этикасы Кәсіби қарым-қатынас және кәсіби коммуникациялар Маркетингтегі ақпараттық технологиялар
---------	--	---	---	--	---	---	---------------------------------------	--

om3229	Өнеркәсіптік маркетинг	5	5	Студенттердің өндірістік нарықта және B2B нарығында маркетингтік қызметтің ерекшеліктері туралы білім алуы.	Өнеркәсіптік маркетингтің ерекше ерекшеліктері; өнеркәсіптік тауарлардың жіктелуі; сатып алу процесі; сатып алу орталығын талдау тәсілдері; өнеркәсіптік кәсіпорындардың маркетингтік ортасы; өнеркәсіптік нарықтардың маркетингтік зерттеулерінің әдістемелік негіздері; саралау өлшемдері, белгілері және деңгейлері; өнеркәсіптік тауарды позициялау стратегиясы; өнеркәсіптік кәсіпорынның тауарлық, баға саясаты; өнеркәсіптік тауарларды өткізу жүйесі; өнеркәсіптік өнімге сервистік қызмет көрсетуді ұйымдастыру.	Білу және түсіну: өнеркәсіптік тауарлардың сапасын қалыптастырудың негізгі факторларын білу; сатып алу ерекшеліктерін түсіну, өнеркәсіптік салада шешім қабылдау; Білім мен түсінуді қолдану: өнеркәсіптік маркетингтегі бағалар мен жеңілдіктер түрлерін талдау; Пайымдауларды қалыптастыру: болашақ маркетингтік нарықтың шикізат, машиналар мен жабдықтар маркетингі, өнеркәсіптік қызмет көрсету, салалық маркетинг ерекшеліктері саласындағы білімдерін, іскерліктері мен дағдыларын қалыптастырудан тұрады.; Коммуникативтік қабілеттер: ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, қорыту және талдау қабілетін, мақсатқа жету жолдарын таңдау және мақсат қою; Оқыту дағдылары: мәселелерді диагностикалау және мәселелерді шеше білу қабілетін	Маркетинг негіздері Менеджмент	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары
--------	------------------------	---	---	---	---	--	-----------------------------------	--

ma3333	Маркетингтік аудит	5	5	Білім алушыларда маркетингтік қызметті басқару процесінде маркетингтік талдау және аудит туралы кешенді түсінік қалыптастыру.	Компаниядағы маркетингтік талдау мен аудиттің барлық түрлерін жүргізу жүйесін құрудың теориялық және практикалық негіздері, компаниядағы маркетингтік аудитті құру әдістемесі, жоспарлау, маркетингтік аудит және ситуациялық талдау тұжырымдамасын әзірлеу кезеңдері ашылады.	<p>Экономикалық және стратегиялық талдау әдістерінің мазмұнын білу</p> <p>экономикалық агенттердің және нарықтардың маркетингтік аудит рәсімдерін ұйымдастыру бөлігіндегі мінез-құлқына талдау жасау; қолданбалы зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқару үшін сандық және сапалық әдістерге амалдар жасау, маркетингтік зерттеулер бойынша талдамалық материалдар дайындау.</p> <p>тұтыну игіліктерін бағалаудың әртүрлі тәсілдері кезінде тауардың пайдалылығын айқындау; тауарға тұтынушылық қанағаттанушылықты талдау; нарықтық сегменттің жұмыс істеу тиімділігін талдау бөлігінде оларды қолдану нәтижелері бойынша: тұтыну игіліктерін бағалаудың әртүрлі тәсілдері кезінде тауардың пайдалылығын айқындау; тауарға тұтынушылық қанағаттанушылықты талдау; нарықтық сегменттің жұмыс істеу тиімділігін талдау.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: экономикалық агенттердің және ғаламдық ортадағы нарықтардың мінез-құлқын экономикалық және стратегиялық талдаудың теориялық және эмпирикалық әдістерін қолдана білу. қолдану нәтижелері бойынша талдау материалдарын</p>	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг	Стратегиялық маркетинг Маркетингті басқару Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы
--------	--------------------	---	---	---	--	---	---	--

msta3333	Маркетингтегі сандық талдау әдістері	5	5	Маркетингтік талдаудың сандық әдістерінің негізгі құралдарын зерттеу.	Маркетингтік талдаудың негізгі құралдары зерттеледі. Атап айтқанда, маркетингтік зерттеулерді жоспарлау және жүргізу; маркетингтік зерттеулердің ақпараттық жүйесі; маркетингтік талдау жүргізу және маркетингтік шешімдер қабылдау мәселелеріне жүйелік көзқарас мәселелері.	<p>Білу және түсіну: маркетингтік талдау жүргізудің мақсаттылығын білу; маркетингтік талдау жүргізудің принциптері мен әдіснамасын білу; Сапалы және сапалы талдау жүргізу үшін қажетті маркетингтік ақпараттың құрамын білу; маркетингтік ақпаратты өңдеу әдістерін білу. Білімді және түсінуді қолдану: маркетингтік талдау әдісін дұрыс таңдай білу; қажетті ақпаратты жинау; маркетингтік қызметтің әр түрлі бағыттары бойынша көрсеткіштерді есептеу және талдау жүргізу тәсілін дұрыс таңдау; бастапқы деректер кестесін жасау және талдау жүргізудің жүйелілігін анықтау.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: маркетингтік талдау жүргізу; маркетингтік орта жағдайын талдау, маркетингтік қызмет нәтижелерін меңгеру.</p>	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті жоспарлау Маркетингті басқару Таргеттелген жарнама және веб-аналитика Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы
----------	--------------------------------------	---	---	---	---	---	--	---

mo3333	Маркетинг өлшемдері	5	5	Білім алушыларда маркетингтік метрика негізінде ұйымды басқару дағдыларын қалыптастыру.	Пәннің мазмұны маркетингтік шешімдерді қолдау және іске асыру міндеттеріне қатысты өлшеулерді қолданудың әдістемелік мәселелеріне назар аударады. Маркетингтік метрикаларды тартуды талап ететін міндеттерді қою, маркетингтік шешімдерді қолдау жүйелерінің аспаптық құралдарын жобалау және пайдалану қарастырылады.	Білім және түсіну: ұйымдарды, бөлімшелерді басқару әдістерінің мазмұнын білу, мынадай: маркетингтік қызметті өлшеу көрсеткіштерін сәйкестендіру; жүйені құруға байланысты қабілетін қалыптастыру бөлігінде қызметкерлер топтары (командалары), жобалар және желілер маркетингтік көрсеткіштер. Білім мен түсінуді қолдану: басқарудың теориялық және эмпирикалық әдістерін қолдана білу ұйымдармен, бөлімшелермен, қызметкерлер топтарымен (командаларымен), жобалармен және желілермен қабілеттілікті қалыптастыру бөлігінде: сәйкестендіру маркетингтік көрсеткіштер жүйесін құруға байланысты. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: ұйымды, бөлімшелерді, қызметкерлер тобын (командаларын), жобаларды және желілерді басқару әдістерін қолдану дағдыларын меңгеру: маркетингтік қызметтің өлшеу көрсеткіштерін сәйкестендіру; маркетингтік көрсеткіштер	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетингтік зерттеулер	Стратегиялық маркетинг Маркетингті басқару Электрондық коммерция Маркетингтегі трафик және аналитика Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica
kzhshkmn3103	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	5	6	Студенттерді саясаттану және әлеуметтанудың пәндік өрісімен таныстыру, қазақстандық қоғамда болып жатқан әлеуметтік-саяси үдерістерді талдау.	Студенттерді саясаттану және әлеуметтанудың пәндік өрісімен таныстыру, қазақстандық қоғамда болып жатқан әлеуметтік-саяси үдерістерді талдау.	Білім және түсіну: әлеуметтік-саяси ғылымдар саласында жүйелі түсініктерді көрсету, қоғамдық-саяси пәндер саласында ғылыми және қолданбалы әдістерді қолдану дағдысы мен дағдыларын қалыптастыру.	Қазақстан тарихы (МЕ)	Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары Дипломалды Қорытынды аттестаттау

gzn3103	Ғылыми зерттеу негіздері	5	6	Ғылыми-зерттеу қызметінің дағдыларын дамыту және студенттердің ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізуге дайындығы мақсатында зерттеледі.	Курс шеңберінде қоғамдық қатынастар жүйесіндегі ғылымның орны, ғылыми танымның әдістері мен деңгейлері, ғылыми зерттеуді іске асырудың негізгі кезеңдері қарастырылады.	Ғылыми материалды талдай білу, библиометриялық талдау жүргізу, кәсіби қызмет саласында ғылыми зерттеулер жүргізу.	Экономикалық теория Экономикадағы математика Маркетинг негіздері	Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары
ezhtkn3103	Экология және тіршілік қауіпсіздік негіздері	5	6	экология және Өмір тіршілігінің қауіпсіздік негіздері" пәнінің мақсаты студенттерді адамның тіршілік ортасымен (өндірістік, тұрмыстық, қалалық) қауіпсіз қарым-қатынас негіздерімен және қауіпті және төтенше қауіпті жағдайларда жағымсыз факторлардан қорғау негіздерімен таныстыру бол	Қоғам мен табиғатты дамыту негіздері, табиғи ресурстарды тиімді пайдаланудың қазіргі заманғы тәсілдері, тіршілік әрекетінің қауіпсіздігін құқықтық реттеу, төтенше жағдайлардың салдарларын бағалау және жағымсыз әсерлердің дамуын болжау қарастырылады. Тірі организмдер популяциясының жай-күйі, экожүйелердің бұзылу дәрежесі, популяцияның құрылымы мен динамикасы, қауымдастықтағы тірі организмдердің өзара әрекеттесу механизмдері, қазіргі заманның негізгі экологиялық проблемалары, адамның тіршілік ету ортасымен қауіпсіз өзара іс-қимылы мәселелері зерттеледі.	Білім және түсіну: салауатты өмір салтының негізгі құрамдастары және олардың тұлғаның өмір сүру қауіпсіздігіне әсері; репродуктивті денсаулық және оған әсер ететін факторлар; өмір сүру аймағына тән табиғи, техногендік және әлеуметтік шығу тегі ықтимал қауіптер. Білім мен түсінгенін қолдану: типтік қауіпті және төтенше жағдайларда жеке адамның, қоғамға және қоршаған ортаға ықтимал залалды азайтуға мүмкіндік беретін қорғау ережелері мен дағдыларын меңгеру. Пікір айтуды қалыптастыру: салауатты өмір салтын қалыптастыру және зиянды әдеттердің алдын алу, алғашқы медициналық көмек көрсету тәсілдерін зерделеу. Коммуникативтік мүмкіндіктер: жағымсыз әсерлердің параметрлерін бақылау және олардың деңгейлерін бағалау; өмір тіршілігінің қауіпсіздігін арттыру бойынша іс-шараларды жоспарлау және жүзеге асыру. Оқу дағдылары немесе оқуға деген қабілеттілік: жеке қорғану құралдарын қолдану; жарақаттану, шок, клиникалық өлім, жіті аурулар және аса қауіпті инфекциялар белгілерін анықтай отырып, зардап шеккендерге дәрігерге дейінгі көмек көрсету; құзыретті болуы тиіс: тіршілік әрекетінің	Дене шынықтыру Қазақстан тарихы (МЕ) Тауар және қызметтің сараптамасы	Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер Дипломалды Қорытынды аттестаттау



kbzhksn3103	Қолданбалы бизнес және қаржылық сауаттылық негіздері	5	6	Бакалаврларды дайындау теориялық білімдерімен және тәжірибелік дағдыларымен құқықтық және экономикалық базалық негіздерімен жеке бизнесті құруға және жүргізуге негізделген.	Кәсіпкерлік құрылымдардың экономикалық, ұйымдастырушылық және құқықтық қатынастар жүйесі ретінде кәсіпкерліктің теориясы мен практикасы оқытылады. Кәсіпорын қызметін жоспарлау және болжау жүйесі; бизнес-жоспарды әзірлеу әдістемесі; маркетинг кешенінің элементтері; кәсіпорынның негізгі қорларға, материалдық ресурстарға, айналым құралдарына қажеттілігін есептеу; шаруашылық жүргізуші субъектілердің ұйымдық құрылымдарын жіктеу; бизнес-жоспарды іске асырудың қаржылық-экономикалық мақсаттылығының көрсеткіштері егжей-тегжейлі қарастырылады.	<p>Білім және түсіну: коммерциялық кәсіпорын мен ЖК құруды құқықтық қамтамасыз ету және олардың қызметін құқықтық сүйемелдеу. өз бизнесін құру мен жүргізудің экономикалық негіздері мен білімі.</p> <p>Білім мен түсінгенін қолдану: құрылтай құжаттамасын әзірлеу, шарттар мен жергілікті актілердің жобаларын жасау, өз бизнесінің бизнес-жоспарын әзірлеу және оның тәуекелдерін бағалау.</p> <p>Пікір айтуды қалыптастыру: салауатты өмір салтын қалыптастыру және зиянды әдеттердің алдын алу, алғашқы медициналық көмек көрсету тәсілдерін зерделеу.</p> <p>Коммуникативтік мүмкіндіктер: қолданбалы бизнестің тиімділігін арттыру бойынша іс-шараларды бақылау, жоспарлау және жүзеге асыру.</p> <p>Оқу дағдылары немесе оқуға деген қабілеттілік: тиімді және табысты бизнесті ұйымдастыру, операциялық және бизнес-процестерді оңтайландыру; шарттар, мәмілелер жасау бойынша келіссөздер жүргізу.</p>	Экономикалық теория Маркетинг негіздері Микроэкономика	Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы
-------------	--	---	---	--	---	--	--	---

bzhh3227	Баға және бағақалыптастыру	5	6	Студенттерді маркетингтің баға құралдарын иелену тәсілдеріне, бағаның мәнін, олардың нарықтық байланыстары мен тәуелділіктерін, мінез-құлқ заңдылықтарын білу негізінде баға саясатының әдістеріне үйрету.	Баға белгілеудің теориялық, әдіснамалық және практикалық негіздері оқытылады, бағаның рөлі мен функциялары, бастапқы бағаны белгілеу кезеңдері, баға белгілеу стратегиясы егжей-тегжейлі ашылады, бағаны есептеудің құнды және шығынды әдістері кеңінен ұсынылған. Практикалық тапсырмаларды шешуге көп көңіл бөлінеді. Бағаны мемлекеттік реттеу, халықаралық нарықтарда баға белгілеу ерекшеліктері; нарық конъюнктурасы және баға серпіні; тауар нарықтарында баға белгілеу мәселелері қаралды.	Білу және түсіну: пәнде қолданылатын негізгі терминдердің мазмұнын білу; баға белгілеудің негізгі әдістерін және оларды практикалық жағдайларда қолдану механизмін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: баға құраушы факторлардың баға құрылымына, деңгейіне және динамикасына әсер ету дәрежесін анықтай білу; Пайымдауларды қалыптастыру: өнімнің бағасын әртүрлі әдістермен есептеу; баға құраушы факторлардың баға құрылымына, деңгейіне және динамикасына әсер ету дәрежесін анықтау; Коммуникативтік қабілеттер: әр түрлі өлшемдер бойынша тауарға бағаларды саралау жүйесін әзірлеу; Дағдысы: практикалық қызметте пайда болатын экономиканың түрлі салаларында баға белгілеудің нақты мәселелерін шешу.	Экономикалық теория Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Микроэкономика	Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Электрондық коммерция Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы
kshb3227	Кәсіпорындардағы шығындарды басқару	5	6	Басқару әдістері мен құралдарын анықтау саласында білім алу пайданы ұлғайту, анықтау және жұмылдыру мақсатында кәсіпорында өнімді (жұмыстарды, қызметтерді) өндіруге және өткізуге арналған шығындарды төмендету резервтерін қалыптастыру.	Шығындарды басқарудың теориялық негіздері; экономикалық санат ретінде өнімнің өзіндік құнының мәні мен мәні; айналыс шығындарына әсер ететін факторлар; кәсіпорынның қызмет көлеміне шығындардың тәуелділігін анықтау әдістері; кәсіпорынның экономикалық жұмыс жүйесіндегі шығындарды басқару; айналыс шығындарының құрылымын талдау.	Білу және түсіну: шығындардың құрамы мен құрылымын біледі; баға саясатын әзірлеуді түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: өндірістің шығынсыздығына талдау жасай білу; шығындарды талдау жасай білу; Ойлауды қалыптастыру: ойлау мәдениетін, ақпаратты жалпылау, талдау, қабылдау қабілетін меңгерген; Коммуникативтік қабілеттер: жалпы, орташа және шекті шығындарды есептеу, өнімнің оңтайлы шығарылуын анықтау; Оқыту дағдылары: жоспарлы және нормативтік калькуляцияны құрайды.	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Микроэкономика	Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Маркетингтегі трафик және аналитика Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер

kbs3227	Кәсіпорынның баға саясаты	5	6	<p>Жедел баға саясаты саласында құзыретті шешімдер қабылдау мақсатында баға құраушы факторларды талдау негізінде баға белгілеу әдістері мен стратегияларын меңгеру, ішкі және сыртқы сауда бағаларын есептеу техникасын меңгеру. Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын, бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік беретін дербес басқару шешімдерін әзірлеу үшін тұрақты өзгеретін экономикалық конъюнктураны ескере отырып,</p>	<p>Кәсіпорынның баға және тарифтік саясатының теориялық, әдіснамалық және практикалық негіздері қарастырылады, баға мен тарифтердің рөлі мен функциялары, баға белгілеу стратегиясы, бағаны есептеудің құнды және шығынды әдістері жан-жақты ашылады. Практикалық міндеттерді шешуге, баға саясатының негізгі компоненттеріне, атап айтқанда - баға белгілеуге қатысты стратегиялар мен тактикаға баса назар аударылады.</p>	<p>Білу және түсіну: нарық жағдайында бағаны қалыптастыру әдістері бойынша теория мен практиканың негізгі ережелерін білу, баға саясатын әзірлеуді түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: экономикалық құбылыстарды өзара байланыста талдай білу, өнімнің жекелеген түрлеріне баға деңгейін негіздеу бойынша зерттеулер мен практикалық есептер жүргізу; Ойлауды қалыптастыру: ойлау мәдениетін, жалпылау, талдау, ақпаратты қабылдау қабілетін меңгеру; Коммуникативтік қабілеттер: алынған нәтижелерді талдау және түсіндіру, макро және микро деңгейде экономикалық процестер мен құбылыстардың дамуын болжау; Оқыту дағдысы: кәсіпорынның баға саясатын әзірлеуде және оны қазіргі кезеңде жүзеге асыруда әдістемелік тәсілдерді, бағаларды қалыптастыру әдістемесін меңгеру.</p>	<p>Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Микроэкономика</p>	<p>Электрондық коммерция Маркетингтегі трафик және аналитика Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы</p>
---------	---------------------------	---	---	---	--	--	--	---

mb3334	Маркетингі басқару	6	6	<p>Кәсіпорындағы маркетинг қызметінің тиімді жұмысын қамтамасыз ететін білім мен құзыреттілікті алу, атап айтқанда: кәсіпорын қызметіндегі маркетингтік аспектілерді түсіну; қазіргі заманғы халықаралық талаптарға сәйкес кәсіпорындағы маркетингі басқара білу.</p>	<p>Маркетингі басқару сұрақтары оқытылады: маркетингі басқарудың негізгі категориялары, принциптері мен механизмі; маркетингі басқарудың модельдері мен әдістері; маркетингі стратегиялық және тактикалық басқару ерекшеліктері; маркетингі басқарудың тиімділігі.</p>	<p>Білу және түсіну: маркетингтің, маркетингтік ортаның және оны талдаудың, маркетингтік зерттеулердің, маркетингтік қызметтердің қызметін ұйымдастырудың мақсаттарын, принциптерін, функцияларын, қолдану аясын, нысандарын, құралдары мен әдістерін білу. Білім мен түсінуді қолдану: қажеттілікті анықтай білу, қалыптастыру және қанағаттандыру, маркетинг құралдары мен әдістерін қолдана білу, ұйымның маркетингтік ортасын және нарық конъюктурасын талдай білу; Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдысы: тұтынушылардың сұранысын анықтау және қалыптастыру әдістері мен құралдарын меңгеру; маркетингтік ақпаратты жинау, өңдеу және талдау; маркетингтік зерттеулер жүргізе білу.</p>	<p>Маркетинг негіздері Менеджмент</p>	<p>Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы</p>
--------	--------------------	---	---	---	--	---	---	---

mzh3334	Маркетингі жоспарлау	6	6	<p>Методология туралы білімді, іскерлікті және дағдыларды қалыптастыру оның бәсекеге қабілеттілігі мен өнімділігін арттыру мақсатында ұйымның маркетингтік қызметін жоспарлау.</p>	<p>Маркетингтік жоспарлаудың әдістемелік негіздері, маркетинг жоспарларын әзірлеу және маркетингтік жоспарларды ұйым бөлімшелерінің жоспарларымен келісу кезеңдері оқытылады. Оқыту нәтижесінде білім алушы маркетингтің стратегиялық жоспарын, тауар, нарық, сегмент бойынша тактикалық маркетингтік жоспарды, сондай-ақ маркетинг бюджетін әзірлеуге дайын болуы тиіс.</p>	<p>Білу және түсіну: мақсат қою принциптерін, ұйымдық жоспарлаудың түрлері мен әдістерін; маркетингтік процестерді жоспарлаудың теориялық негіздерін, міндеттері мен принциптерін; кәсіпорынның маркетингтік саясатындағы жоспарлау мен Стратегияның рөлін; басқарудың маркетингтік тұжырымдамасының мазмұнын; кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасын талдау әдістерін; Маркетингтік коммуникациялардың негіздерін; маркетинг жоспарлауды басқару мен бақылау принциптерін біледі. Білім мен түсінуді қолдану: маркетингтік зерттеулер нәтижесінде алынған ақпаратты пайдалана алады және шешу; маркетингтік жоспарлауды жүзеге асыру бағдарламаларын әзірлеу және олардың тиімділігін бағалау; әр түрлі нарықтық жағдайларда фирманың мінез-құлқын моделдеу. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу және іске асыру әдістерін;</p>	<p>Маркетинг негіздері SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетингтік зерттеулер</p>	<p>Электрондық коммерция Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы</p>
---------	----------------------	---	---	--	--	---	--	--

sm3334	Стратегиялық маркетинг	6	6	<p>Қызметті басқару үдерісінде стратегиялық маркетингтің рөлін көрсету маркетингтің аналитикалық аспектілерін, алу және нарыққа бағдарланған стратегияны әзірлеу үшін маркетингтік ақпаратты талдау кәсіпорынның даму.</p>	<p>Стратегиялық маркетингтің негізгі аспектілері және стратегиялық жоспарларды әзірлеу және оларды іске асыру үшін қажетті құралдар; нарықтың перспективалық дамуын бағалауға мүмкіндік беретін Талдамалық әдістер; нарықтың даму заңдылықтары; стратегиялық маркетингтің негізгі құралдарын тиімді қолдануға арналған жағдайлар; тиімді стратегиялық бағдарламаларды жоспарлау зерттеледі.</p>	<p>бәсекелестіктің қажеттілігін талдау ерекшеліктерін біледі және түсінеді; кәсіпорындағы нарыққа бағдарланған даму стратегиясын әзірлеу ерекшеліктері. Білім мен түсінуді қолдану: нарықтық жағдайды бағалай алады; маркетингтік зерттеулер жүргізе алады; кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалай алады және оны көтере алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: стратегиялық маркетингтік жоспарлау құралдары мен әдістерін практикалық пайдалану дағдыларын меңгерген.</p>	Маркетинг негіздері	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
--------	------------------------	---	---	--	---	--	---------------------	---

ik3241	Интернет-коммуникациялар	5	6	Жүйеленген білімді қалыптастыру және маркетинг пен маркетингте коммуникация арнасы ретінде Интернетті пайдалану геобрендинг.	Қазіргі жағдайдағы интернет-маркетингтің негіздері, интернет-коммуникацияларды жоспарлау стратегиясы, маркетингтік коммуникация құралдары және тауарлар мен қызметтерді жылжытуда оларды Интернет желісінде қолдану ерекшеліктері, SEO-оңтайландыру негіздері, сондай-ақ Интернетте өткізілетін маркетинг іс-шараларының тиімділігін бағалау мәселелері оқытылады.	<p>Білу және түсіну: ақпараттық технологиялардың мәні мен мақсатын және олардың бизнеске әсерін біледі; маркетингтік коммуникация құралдары; ақпараттық қоғамдағы кәсіпорынның орны мен рөлі; маркетингтік қызметтің тиімділігін талдау саласында ақпараттық ресурстарды ұйымдастырудың негізгі сипаттамалары, түрлері мен ерекшеліктері; ақпараттық ресурстармен жұмыс істеудің құқықтық негіздері; цифрлық бизнес-коммуникациялардың тиімділігін талдау саласында ақпараттық ресурстармен жұмыс істеудің бағдарламалық өнімдері.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: ақпараттық ресурстың деңгейі мен сапасын анықтай алады; кәсіпорынның ақпараттық жүйесін дамыту бойынша ұсыныстар дайындайды; қазіргі заманғы бағдарламалық құралдарды пайдалана отырып бизнес-талдау жүргізеді; цифрлық жүйелердің тиімділігін талдау саласындағы ақпараттық ресурстардың тиімділігі мен сапасын бағалау бизнес-коммуникация.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды</p>	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Маркетингтік зерттеулер	Веб-сайттарды жасау Таргеттелген жарнама және веб-аналитика Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика Электрондық коммерция Маркетингтегі трафик және аналитика Маркетингтегі ақпараттық технологиялар
--------	--------------------------	---	---	--	--	---	--	---

kkkzhkk3241	Кәсіби қарым-қатынас және кәсіби коммуникациялар	5	6	Студенттердің іскерлік коммуникация теориясының білім жүйесін қалыптастыру, тиімді коммуникация дағдыларын дамыту: іскерлік әңгімелесу, телефон арқылы сөйлесу, көпшілік алдында сөйлеу, келіссөздер, құжаттармен жұмыс жасау.	Коммуникация теориясының негіздері, іскерлік коммуникацияның түрлері мен этикалық негіздері, тұлғааралық қарым-қатынас өнері, көпшілік алдында сөйлеу этикасы және қызметтік қарым-қатынас түрлері оқытылады.	<p>Білу және түсіну: іскерлік қарым-қатынас негіздерін, іскерлік коммуникацияларды ұйымдастыру принциптері мен әдістерін біледі.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: тұлғааралық қарым-қатынас жасай алады және топта жұмыс істей алады.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға алатырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: тұлғааралық және мәдениетаралық қарым-қатынас міндеттерін шешу үшін ұжымда жұмыс істеу дағдыларын меңгерген.</p>	Маркетинг негіздері Орыс тілі Менеджмент	Электрондық коммерция Маркетингтегі ақпараттық технологиялар Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика Жарнамадағы Арт-дизайн
-------------	--	---	---	--	---	--	--	---



be3241	Бизнес этикасы	5	6	<p>Студенттердің этикалық негіздерді игеруі қарым-қатынастың психологиялық-этикалық аспектілерінің негізгі хаттама, этикалық нормалар шеңберінде ресми тұлғалар және шетелдік әріптестер, тарихи тәжірибе негізінде қалыптасқан этикет талаптарының нормативтік құжаттар.</p>	<p>Пән студенттерге бизнес этикасының нормалары мен қағидалары саласында білім алуға, іскерлік қарым-қатынастардағы этикалық нормалар мен құндылықтарды іс жүзінде жүзеге асыру туралы білімді меңгеруге, экономикалық қарым-қатынастарға этикалық көзқарасты қалыптастыру мәселелерін, сондай-ақ жеке тұлғаның өз-өзі жетілдіру туралы этикалық білімді Қазақстан Республикасы.</p>	<p>Білу және түсіну: этиканың, кәсіби және іскерлік этиканың, іскерлік этикеттің теориялық негіздерін; менеджмент этикасын; ұйымның корпоративтік мәдениетінің ерекшеліктерін; іскерлік байланыстардың негізгі түрлерін; бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің негіздерін; макроэтика мен микроэтиканың негізгі мәселелерін біледі. Білім мен түсінікті қолдану: ұйымдағы этикалық мінез-құлық туралы тұтас түсінікті қалыптастыру; бизнес этикасының теориялық және қолданбалы аспектілеріне бағдарлау; оқыту процесінде алынған білімді кәсіби қызметте тиімді өзара қарым-қатынасты қалыптастыру үшін қолдану. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: іскерлік қарым-қатынас саласындағы негізгі ережелер мен заңдылықтарды қолдану; іскерлік ынтымақтастық климатын құру.</p>	<p>Маркетинг негіздері Менеджмент</p>	<p>Электрондық коммерция Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика Жарнамадағы Арт-дизайн</p>
--------	----------------	---	---	---	--	--	---	--

sk3243	Стартаптар құру	5	6	Студенттердің бизнесті ұйымдастыру саласының теориялық негіздерін меңгеру және оларды әртүрлі экономикалық есептеулер және стартаптарды заңды ресімдеу.	Жобаларды басқару құралдары мен әдіснамасын, стартаптардың сапасын бағалаудың критерияларды моделін, сондай-ақ стартаптарға инвестициялық қызмет аспектілерін және перспективасы бәсекеге қабілетті, оның ішінде әлеуметтік және студенттік кәсіпкерлік саласындағы жобаларды пайдалана отырып стартаптарды құру мәселелері зерттеледі.	<p>Білу және түсіну: технологиялық кәсіпкерлік және интернет-бизнес түрлерін біледі; стартап құру бойынша қадамдар; стартап үшін әртүрлі идеялар көздері; стартап командасын жинау принциптері және ондағы рөлдерді бөлу; шаруашылық қызметінің экономикалық тиімділігі санатының мәні. Іс-шаралар мен жобаларды, сондай-ақ тиісті есептеулер.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: стартап командасының қалыптасуын орындауды және команданы табысқа ынталандыруды; жобаның мақсатты аудиториясын анықтауды және мақсатты аудиторияның сегменттерін бөлуді; әлеуетті клиенттермен сұхбаттың құрылымын құруды, сұхбаттағы сұрақтарды анықтауды; өнімді позициялау картасын құруды және өз өнімінің бәсекелестік артықшылығын қалыптастыруды; монетизациялаудың қолайлы моделін таңдауды; жобаның өсуі үшін сыртқы және ішкі шектеулерді анықтауды; өз жобасы шығыстарының барлық баптарын анықтауды және оларды тұрақты және ауыспалы шығындарға бөлуді; таңдалған жарнамалық алаңдарды пайдалана отырып, жарнамалық науқанды өткізу жоспарын әзірлеу; стартап үшін мақсатты инвестициялық қорлардың</p>	Экономикалық теория Маркетинг негіздері	Электрондық коммерция Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы
--------	-----------------	---	---	---	---	--	--	---

bzh3243	Бизнес-жоспарлау	5	6	Студенттің бизнес-жоспарлаудың теориясы, әдіснамасы және әдістері бойынша базалық білім жүйесін, сондай-ақ кәсіпорынның бизнес-жоспарын әзірлеудің практикалық дағдыларын қалыптастыру.	Бизнес пен кәсіпкерлікті жоспарлау саласындағы теориялық және практикалық аспектілер, сондай-ақ бизнес-жобаларды әзірлеу үшін деректер базасын қалыптастыру дағдыларын дамыту ашылады. Компанияның маркетингтік, өндірістік, қаржылық және ұйымдастырушылық жоспарларын жасау ерекшеліктеріне ерекше назар аударылды.	Білім мен түсінуді қолдану: бизнес-идеяны тұжырымдай және негіздей алады; инвесторларды, менеджерлерді және басқа да мүдделі тұлғалар мен ұйымдарды ынталандыру мақсатында жалпы қабылданған құжаттар нысанында бизнес-жоспардың мазмұнды бөлігін ресімдей алады; бизнес-жоспардың тиімділік көрсеткіштерінің экономикалық мәнін есептеп, түсіндіре алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдысы: бизнес-жоспарды дайындау және іске асыру үшін команда қалыптастыру дағдыларын; ұйымның операциялық (өндірістік) қызметін басқару кезінде бизнес-жоспарлау әдістерін; бизнес-жоспарды әзірлеу, оның табысты тұсаукесері және кезеңдерін бақылау әдістерін меңгерген. жүзеге асыру; бизнес-жоспарларды сараптау.	Экономикалық теория Маркетинг негіздері	Электрондық коммерция
---------	------------------	---	---	---	---	--	--	-----------------------

kkn3243	Кәсіпкерлік қызмет негіздері	5	6	Студенттерді кәсіпкерлік теориясымен және практикасымен таныстыру, өз ісін құру негіздерін зерттеу, сонымен қатар теориялық білімді кәсіпкерлік практикасына бейімдеу дағдыларын меңгеру.	Кәсіпкерлік қызмет туралы теориялық және практикалық мәселелер оқытылады, оның ішінде идеяның пайда болуынан бастап және кәсіпорынның жұмыс істеу механизмімен аяқталатын түрлі ұйымдық-құқықтық нысандарда өз ісін құру процесі, бизнес-жоспарды, кәсіпкерлік шартты әзірлеу ерекшеліктері және т. б. қарастырылады.	Білу және түсіну: кәсіпкерліктің қазіргі заманғы нормаларына жауап беретін коммерциялық-іскерлік терминологияны біледі; кәсіпкерге қажетті ақпараттың бастапқы көлемі, атап айтқанда: заңнама негіздері (азаматтық, еңбек, салық және т. б.), кәсіпорын экономикасының негіздері; өз кәсіпорнын құрудың құқықтық және экономикалық аспектілері туралы қажетті ақпаратты; кәсіпкер өз қызметі барысында, әсіресе бастауыш осы кезеңде, немесе өзге де, нақты жағдайларда; дамудың өзекті мәселелері Қазақстандағы кәсіпкерлік Білім мен түсінуді қолдану: кәсіпкерлік қызметте өз мүмкіндіктерін анықтай алады; өз ісін ұйымдастыру үшін кәсіпкерлік негіздерін білуді қолдана алады; кәсіпорынның бизнес-жоспарын әзірлейді; күнделікті іскерлік өмірдің нақты жағдайларын талдай алады; дұрыс іскерлік шешімдер қабылдау үшін қажетті тез өзгертін экономикалық ақпаратты жүйелендіре алады және өңдейді; тез өзгертін нарықтық конъюнктураға және өз уақытында бағдарлай алады. кәсіпкерлік қызметтің тиімді нәтижелеріне, оның табыстылығы мен прогрессивтілігіне қол жеткізу, бұл ретте іскерлік және инвестициялық белсенділік	Экономикалық теория Маркетинг негіздері SMM-жылжыту	Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану
---------	------------------------------	---	---	---	---	---	---	--

aid4230	Айдентика	5	7	Фирмалық атауларды, слоганды, логотипті жобалаудың білімі мен дағдыларын қалыптастыру, фирмалық стиль және бренд-бука компания құру үшін қаптамалар, сайт дизайны.	Айдентиканың теориялық және практикалық сұрақтары, компанияның сауда маркасын, фирмалық стилін басқару зерттеледі. Негізгі назар корпоративтік дизайнның негізгі компоненттеріне, брендтің вербалды және визуалды элементтеріне (қаріптер, түс палитрасы, графика, форма, логотип, орау, презентациялар үлгілері, веб-баннерлер және т.б.) бөлінген.	Білу және түсіну:кәсіпорындар мен ұйымдардың фирмалық стилі саласындағы негізгі ұғымдарды білу;фирмалық стиль мен оның элементтерін әзірлеу процесінің негізгі кезеңдерін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: дизайн объектісінің эталондық үлгілерін немесе оның жеке элементтерін макетте,материалда орындау; Пайымдауларды қалыптастыру: айдентика іс-шараларында, оның ішінде фирмалық стильде көрсетілген компанияның визуалды коммуникация құралдары туралы кешенді түсінік қалыптастыру. Коммуникативтік қабілеттер:фирмалық стильдің мақсаттары мен міндеттері туралы негізгі түсінік алу, оның шағын кәсіпорындар қызметіндегі рөлі; Оқыту дағдылары:шағын кәсіпорындар мен ұйымдардың фирмалық стилінің элементтерін басқару дағдыларын алу.	Маркетинг негіздері	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
---------	-----------	---	---	--	--	--	---------------------	---

b4230	Брендинг	5	7	Маркетингтің негіз қалаушы санаты ретінде бренд туралы теориялық білімді қалыптастыру және брендті басқару процесі.	Брендингтің қазіргі заманғы теориялары және оның технологиялары, брендтің сәйкестендіру кешенінің негізгі параметрлері; брендингтік коммуникациялардың құралдары ашылады; брендтің сапасына және компаниялардың брендингтік процестеріне талдау жүргізіледі. Курс брендті құрастырудың және брендингтік процесі ұйымдастырудың практикалық дағдыларына үйретеді.	Білу және түсіну: компания қызметіндегі сауда маркасының, брендтің ерекшеліктері мен мәнін білу; брендті қалыптастыру және оны басқару бойынша қызметтің ерекшелігін түсіну; Білім мен түсінуді қолдану: брендті құру технологиялары туралы түсінік қалыптастыру; Пікір қалыптастыру: қолданыстағы брендтің коммуникациялық аудитін жүргізу; Коммуникативтік қабілеттер: стандартты және стандартты емес жағдайларда шешім қабылдау және олар үшін жауапты болуға дайын болу; Оқыту дағдылары: фирманың маркалық саясатының негізгі стратегия	Маркетинг негіздері	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
-------	----------	---	---	---	--	---	---------------------	---

kzhk4230	Компанияның жарнамалық қызметі	5	7	Қолдану салалары мен салалары бойынша жарнамалық қызметті ұйымдастыру саласындағы нақты міндеттерді шешуде студенттердің жан-жақты білімін, практикалық дағдыларын қалыптастыру	Жарнама қызметінің түсінігі, мәні және міндеттері; жарнама қызметінің мақсаттары; жарнама тарихы; жарнама түрлері; жарнама қызметінің құқықтық базасы; жарнамаға қойылатын жалпы талаптар; жарнама қызметінің ұйымдастырушылық аспектілері; коммуникация теориясы және оларды жарнамада қолдану; жарнама науқанын жоспарлау және өткізу ерекшеліктері; жарнама науқанының тиімділігін бағалау; жарнама қызметінің негізгі субъектілері; жарнама нарығы.	Білу және түсіну: жарнамалық құралдардың жіктелуін, жарнамалық қызметті ұйымдастыру ерекшеліктерін білу; жарнамалық қызметті ұйымдастырудың стратегиясын, тактикасын, әдістемесі мен техникалық тәсілдерін түсіну және оларды кәсіби қызметте пайдалана білу; Білім мен түсінуді қолдану: әлеуетті тұтынушылардың мақсатты топтарын зерттеу және талдау әдістерін меңгеру; Пайымдауларды қалыптастыру: студенттердің жан-жақты білімін, қолдану салалары мен салалары бойынша жарнамалық қызметті ұйымдастыру саласындағы нақты міндеттерді шешудің практикалық дағдыларын қалыптастыру; Коммуникативтік қабілеттер: стандартты және стандартты емес жағдайларда шешім қабылдау және олар үшін жауапты болуға дайын болу; Оқыту дағдылары: жарнамалық науқанды ұйымдастыру және тиімді жарнаманы бағалау дағдылары мен іскерліктері.	Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Маркетингтік зерттеулер	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
----------	--------------------------------	---	---	---	---	--	--	---

kktSk4337	Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану	5	7	Маркетингтік зерттеулерде деректерді статистикалық талдаудың компьютерлік әдістерін қолдану дағдыларын қалыптастыру (SPSS бағдарламалық кешенін пайдалана отырып).	Деректерді талдау үшін SPSS бағдарламасын қолдану мәселелері зерттеледі. Атап айтқанда, білім алушылар деректерді енгізу және сақтау, әртүрлі типтегі айнымалыларды пайдалану мүмкіндіктері, белгілердің жиілігін анықтау, кестелерді, ұштасушылық кестелерін, диаграммаларды құру, бастапқы сипаттамалық статистиканы пайдалану, кәсіпорындар қызметін маркетингтік зерттеу нәтижелерін өңдеу және кейіннен интерпретациялау саласында білім алады.	<p>Білу және түсіну: математикалық статистика теориясының негізгі түсініктерін, негізгі статистикалық әдістерді біледі.</p> <p>Білім мен түсінуді қолдану: Экономикалық пәндерді оқу кезінде, экономикалық мазмұнның қолданбалы міндеттерін шешу кезінде зерделенген математикалық аппаратты сауатты қолдана алады, алынған білім негізінде статистикалық деректерді өңдеу мен талдаудың жаңа пакеттері мен технологияларын өз бетінше меңгере алады, жүргізілген статистикалық талдаудың нәтижелерін интерпретациялау.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: SPSS статистикалық талдау пакетінде жұмыс істей алады.</p>	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	Өндірістік Дипломалды
-----------	--	---	---	--	--	--	---	--------------------------



mat4337	Маркетингтегі ақпараттық технологиялар	5	7	Маркетингтегі қолданбалы есептерді шешу үшін ақпаратты талдаудың негізгі тәсілдері, әдістері мен құралдары туралы білімді қалыптастыру.	Интернет арқылы әртүрлі тауарлар мен қызметтерді іске асыру жүйесін ұйымдастыру ерекшеліктері зерделенеді; онлайн-дүкендерді құру және оларды әлеуметтік желілерде жылжыту бойынша негіздер; интернет-жарнаманың оңтайлы нысандары мен түрлері (контекстік, баннерлік және таргеттелген) зерделенеді.	Білу және түсіну: ұйымды дамытудағы маркетингтік қызметтің рөлі мен негізгі принциптерін біледі; заңнамалық және нормативтік құқықтық актілер, Кәсіби Стандарттар мен маркетингтік қызметті ұйымдастыру бойынша әдістемелік материалдар; маркетингтік ақпараттық жүйенің құрылымы; Web-қосымшаларды әзірлеу технологиясы. Білім мен түсінуді қолдану: маркетинг саласында ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдерді іздеу үшін ақпараттық технологияларды қолдана алады; кәсіби қызметте маркетинг саласында қолданыстағы заңнаманы қолдана алады; далалық маркетингтік зерттеулер жүргізе алады; маркетингте қолданбалы міндеттерді шешу үшін ақпараттық технологияларды қолдана алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: маркетингтің тиімділігін бағалаудың аспаптық әдістерін меңгерген құралдары және ақпараттық	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды
---------	--	---	---	---	---	---	---	--------------------------

mtzha4337	Маркетингтегі трафик және аналитика	5	7	Студенттердің іздеу жүйелерінде интернет-ілгерілетудің заманауи тәсілдерін меңгеру.	<p>Google сияқты құралдарды пайдалануға байланысты мәселелер зерттеледі. Analytics, Яндекс.Метрика және басқалар. Білім алушылар сайттарда, сондай-ақ әлеуметтік желілер беттерінде метрика деректерін пайдалана отырып, тұтынушылардың мінез-құлқын талдауды, тұтынушылардың портреттерін құруды үйренеді; трафик көздерінің түрлерімен танысады және оларды кешенді бағалауды үйренеді.</p>	<p>Білу және түсіну: ізденістік жылжыту және контекстік жарнама негіздерін; іздеу жүйелерінің жұмыс принциптерін, сыртқы жылжыту принциптерін;Яндекс жұмысының принциптерін біледі.Директ және Яндекс.Метрика. Білім мен түсінуді қолдану: Диджитал-ортада жылжыту стратегиясын және Яндекс жарнамалық кампаниялардың стратегиясын әзірлей алады.Нақты бизнес-жоба үшін Google Ads және директорларды құру; жылжыту және жарнамалық науқандардың нәтижесін талдау;жылжыту стратегиясын, сондай-ақ жарнамалық стратегияларды қалыптастыру. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: жарнамалық стратегияны таныстыру; Диджитал-ортада жылжыту стратегиясын және Яндекс жарнамалық кампаниялардың стратегиясын әзірлеу дағдыларын меңгерген.Директ және Google Ads.</p>	<p>Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетинг өлшемдері Маркетингтегі сандық талдау әдістері</p>	Өндірістік Дипломалды
-----------	-------------------------------------	---	---	---	---	---	--	--------------------------

mdtS4338	Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica	5	7	Студенттердің "Statistica" мамандандырылған статистикалық пакетінің мысалында қолданбалы статистиканың қазіргі заманғы әдістерін меңгеру.	Зерттеу барысында алынған мәліметтерді талдау үшін Statistica бағдарламасының мүмкіндіктерін пайдалану мәселелері қарастырылады: сипаттама статистикасымен, ықтималдық үлестірімдермен, параметрлік емес статистикамен, көптеген регрессстермен, екі және үшөлшемді деректерді визуаландырумен жұмыс істеу кезінде; пиктографияны құрастыру, кестелер құру және талдау бойынша . т. б.	Білім және түсіну: қолданбалы бағдарламалардың статистикалық пакеттерін біледі. Білім мен түсінуді қолдану: қолданбалы бағдарламалардың статистикалық пакеттерін пайдалана алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: Statistica статистикалық пакетінде деректерді талдау және жұмыс дағдыларын меңгерген.	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Маркетингтік зерттеулер Маркетинг өлшемдері Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды
----------	---	---	---	---	--	--	---	--------------------------

kktEkknk4338	Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы	5	7	Электрондық кестелерде есептеу операцияларын барынша автоматтандыруға, бір типті міндеттермен жұмысты автоматтандыруға мүмкіндік беретін Excel бағдарламасының мүмкіндіктерін зерделеу.	Excel бағдарламасында жұмыс негіздері оқытылады, атап айтқанда: деректерді енгізу және редакциялау, сандық тізбектер мен тізімдерді құру, ұяшықтарды форматтау, кәсіпорындардың шаруашылық қызметінің нәтижелерін талдау үшін функцияларды пайдалану, графиктер құру, гиперсілтемелер мен ескертпелер құру.	<p>Білу және түсіну: маркетингтік, бухгалтерлік, қаржылық, экономикалық, статистикалық есептер үшін MS Excel функциясын біледі.</p> <p>Білімді және түсінуді қолдану: болжау және жоспарлау міндеттерін шеше алады, статистикалық өңдеу мен үлкен деректер массивтерін талдауды орындай алады, әртүрлі деректер топтары арасында өзара байланыс орната алады, кәсіби есептер құрастыра алады, бір типті міндеттермен жұмысты автоматтай алады.</p> <p>Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті.</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.</p> <p>Оқыту дағдылары: Excel бағдарламасындағы деректерді талдау және жұмыс дағдыларын меңгерген.</p>	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Статистика Маркетингтік зерттеулер Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды
--------------	---	---	---	---	---	---	--	--------------------------

kktEkpok4338	Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы	5	7	Қарапайым және күрделі электрондық кестелерді, жиынтық кестелерді құру, диаграммаларды құру, редакциялау, өз жұмысында формулаларды, макростарды пайдалану, парақтармен және мн жұмыс істеу дағдыларын меңгеру.т. б.	Кәсіпорын қызметін талдауда Excel бағдарламасының кеңейтілген функцияларын пайдалану мәселелері зерттеледі, атап айтқанда: корреляция коэффициенттерін есептеу, корреляциялық- регрессиялық талдауды құру, желілік, экспоненциалды, дала, полиномиалды және басқа функцияларды пайдалана отырып Кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштерін болжау.	Білу және түсіну: жалпы ақпаратты (мақсаты, мүмкіндіктері), терминологияны, басқару элементтерінің, объектілердің, Microsoft Excel мәзірінің командаларының функциялары туралы мәліметтерді және т.б. біледі. Білім мен түсінуді қолдану: қарапайым және күрделі электрондық кестелерді жасай алады; кестелерді форматтай алады; деректерді көшіре алады және импорттай алады; абсолюттік, салыстырмалы және аралас сілтемелерді пайдалана отырып формулалар бойынша есеп жүргізе алады; жеке байланыстары бар кестелер жасайды; функцияларды (математикалық, мәтіндік, қаржылық, логикалық және т.б.) пайдалана отырып есеп жүргізе алады; диаграммалар құрастыра алады және олардың түрін өзгертеді; деректерді сұрыптауды, сүзуді пайдалана отырып өңдеу, аралық қорытындыларды есептеу. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: қарапайым және күрделі электрондық кестелерді, жиынтық кестелерді құру, диаграмманы жасау және	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Статистика Маркетингтік зерттеулер Маркетингтік аудит Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды
--------------	--	---	---	--	---	--	---	--------------------------

Szhzhso4339	SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру	5	7	Сайтты оңтайландыру негіздерін, сайтты оңтайландыруға дайындау алгоритмін, оңтайландыруды құрылымдық жобалауды зерттеу.	SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландыру мәселелері қарастырылады. Сайттың оңтайландыруына дайындық алгоритміне, оңтайландырудың құрылымдық жобалауына, базалық техникалық оңтайландыруға және мәтіндік контентті оңтайландыруға, мета-тегтерді оңтайландыруға, сайттың сыртқы оңтайландырылуына, сайттарды жылжыту стратегиясы мен тактикасына, жаңа және қолданыстағы сайттарды ілгерілетуге ерекше көңіл бөлінген.	<p>Білім және түсіну: SEO-жылжыту негіздерін, оңтайландыру алгоритмдерін, сайттарды жылжыту стратегиясы мен тактикасын білу мен түсінуді көрсетеді</p> <p>Білім мен түсініктерді қолдану: сайттарды жылжыту стратегиясын жоспарлайды және әзірлейді, мәтіндік контентті базалық техникалық оңтайландыруды және оңтайландыруды іске асырады</p> <p>Пікір қалыптастыру: SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландыру үшін деректерді жинау және интерпретациялауды жүзеге асырады</p> <p>Коммуникативтік қабілеттер: сайттардың оңтайландырылуы туралы ақпаратты кәсіпқойларға да, кәсіпқойларға да түсінікті түрде түсіндіре алады</p> <p>Оқыту дағдылары: жоғары дербестік дәрежесі бар SEO-оңтайландыру саласында оқытуды жүзеге асыру үшін қажетті дағдылар әзірленді.</p>	Экономикадағы математика	Өндірістік Дипломалды
-------------	---	---	---	---	--	---	--------------------------	-----------------------

Wt4339	WEB-технологиялар	5	7	Интернет желісін құру және қызмет етудің негізгі принциптерін зерттеу және web-сайттарды жасау дағдыларын меңгеру.	Қазіргі заманғы web-технологиялар, желілік хаттамалар, HTML гипермәтіннің белгілеу тілдері және CSS стильдерінің каскадтық кестелері, CMS контентін басқару жүйелері, желілік қосымшаларды әзірлеудің бағдарламалық құралдары, web, PHP серверлік сценарийлерінің кеңейтілген мүмкіндіктері, PERL тілінің синтаксисі, желідегі деректер қорымен жұмыс істеудің бағдарламалық құралдары, Желілік мультимедиялық технологиялар оқытылады.	Білім және түсіну: қазіргі web-технологиялардың негіздері, желілік қосымшаларды әзірлеудің бағдарламалық құралдары, Желілік мультимедиялық технологиялар. Білім мен түсініктерді қолдану: тәжірибеде желілік хаттамаларды, HTML гипермәтіндерін белгілеу тілдерін және CSS стильдерінің каскадтық кестелерін, CMS контентін басқару жүйелерін, желілік қосымшаларды әзірлеудің бағдарламалық құралдарын, web, PHP серверлік сценарийлердің кеңейтілген мүмкіндіктерін, PERL тілінің синтаксисін қолданады. Пайымдауларды қалыптастыру: қазіргі заманғы web-технологиялар, желілік хаттамалар, HTML гипермәтін белгілеу тілдері, желідегі деректер базасымен жұмыс істеудің бағдарламалық құралдары, Желілік мультимедиялық технологиялар туралы пайымдауларды жасай алады. Коммуникативті қабілеттер: қазіргі web-технологиялармен жұмыс істеу негіздерін түсіндіреді және ақпарат беруге қабілетті Оқыту дағдылары: web-технологиялар саласында оқытуды жүзеге асыру үшін қажетті дағдылар әзірленді.	Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар SMM-ге кіріспе Big Data Analytics Data Science-ке кіріспе Машиналық оқытуға кіріспе	Өндірістік Дипломалды
--------	-------------------	---	---	--	---	--	--	--------------------------

vszh4339	Веб-сайттарды жасау	5	7	Студенттерді сайттың мақсаттары мен міндеттерін анықтаудан бастап, құрылған сайтты интернетте ілумен және айналдырумен аяқтай отырып, ақпаратты ұсынудың ең ыңғайлы және әмбебап тәсілдерінің бірі ретінде сайтты құруға базалық тәсілдемені үйрету.	Гипермәтіндік құжаттар және веб-сайттар оқытылады. Қаралады жіктелуі веб-сайттар, ерекшеліктерін, құрылымын әзірлеу және пысықтау макетін веб-сайтын құру, мәтін тақырыптарының әр түрлі деңгейдегі және оларды позициялау, түсінік, картасы, сайт, оның мақсаты және оларды пайдалану, интербелсенді элементтерін құру, графикалық объектілер сайт және оларды орналастыру, қолдау және үнемі жаңарту сайта.	Білім және түсіну: веб-сайттарды құру негіздері, интерактивті элементтер мен графикалық объектілерді пайдалану және құру алгоритмі, веб-сайттар макетін пысықтау. Білім мен түсініктерді қолдану: веб-сайттың құрылымы мен макетін пысықтаудың балама идеяларын ұсынады, әр түрлі деңгейдегі мәтіндік тақырыптарды жасайды, интерактивтік элементтер мен графикалық нысандарды сайтта жасайды және орналастырады. Пайымдауларды қалыптастыру: веб-сайттарды құру үшін деректерді жинау және интерпретациялауды жүзеге асырады Коммуникативтік қабілеттер: веб-сайтты құрудың әр түрлі кезеңдеріндегі мәселелер және олардың шешімдері туралы ақпаратты бере алады Оқыту дағдылары: веб-сайтты құру саласында жоғары дербестік дәрежесі бар оқытуды жүзеге асыру үшін қажетті дағдылар әзірленді.	Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг Big Data Analytics Data Science-ке кіріспе Машиналық оқытуға кіріспе	Өндірістік Дипломалды
----------	---------------------	---	---	--	---	--	--	--------------------------



ek4340	Электрондық коммерция	4	7	Студенттердің виртуалды ақпараттық кеңістікте бизнес жүргізудің мәнін түсінуін қалыптастыру.	<p>Экономика мен электрондық коммерцияның диджитализациясы мәселелері егжей-тегжейлі зерттеледі. Атап айтқанда, электрондық сауданың ерекшеліктері, B2C, B2B, B2G, G2B электрондық сауда алаңдарының сипаттамалары, мобильді коммерция, әлеуметтік желілердегі коммерцияның мәні, электрондық төлем құралдары, электрондық коммерцияның ақпараттық желілері, электрондық коммерцияның қауіпсіздігін қамтамасыз ету қарастырылады.</p>	<p>Білім және түсіну: интернет ресурстарын, бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып электрондық коммерция Білім мен түсініктерді қолдану: заманауи бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып электрондық коммерцияның веб-қосымшасын жобалау және құру. Пайымдауларды қалыптастыру: пәннің ұғымдық аппаратын, негізгі теориялық ережелер мен әдістерді оқып үйрену, практикалық, кәсіби және қолданбалы есептерді шешу үшін теориялық білімді қолдану дағдыларын қалыптастыру және дағдыландыру. Коммуникативтік қабілеті: Ақпараттық жүйелер мен электрондық коммерция технологияларын құру мен пайдалануды құқықтық қамтамасыз ету және ақпаратты қорғау білімін қолдана білу. Оқыту дағдылары: электрондық коммерция жүйелері үшін пәндік сала модельдерін жобалау; электрондық коммерцияның веб-қосымшаларын әзірлеу кезінде топ мүшесі ретінде жұмыс істеу.</p>	<p>Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг Менеджмент</p>	<p>Өндірістік Дипломалды</p>
--------	-----------------------	---	---	--	---	--	---	----------------------------------

Izhtzhva4340	Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика	4	7	Студенттердің іздеу жүйелерінде интернет-ілгерілетудің заманауи тәсілдерін меңгеру. Курс студенттерге сайттың іздеу оңтайландыру саласында (SEO), сонымен қатар Яндекс мәтінмәтіндік жарнама саласында базалық білім береді. Сондай-ақ оларды практикада қолданудың базалық дағдылары.	Іздеу жүйелерінің жұмыс істеу принциптері, техникалық аудит, юзабилити, Сыртқы жылжыту ерекшеліктері, талдаушылар, семантика негіздері және Яндекс контекстік жарнама сервисін пайдалану зерттеледі. Директ, Google Ads. Білім алушы Яндекс құралдарын пайдалана отырып веб-талдау дағдыларын меңгереді. Метрика және Google Analytics. Диджитал ортада жарнама стратегиясын және жылжыту стратегиясын әзірлейді.	Білім және түсіну: ізденістік жылжыту негіздері және контекстік жарнама, іздеу жүйелерінің жұмыс істеу принциптері, сыртқы жылжыту принциптері Білім мен түсініктерді қолдану: сайт құрылымын сауатты құрастырады, талдау жүргізеді, жылжыту стратегиясын, сондай-ақ жарнамалық стратегияларды қалыптастырады, диджитал-ортада жылжыту стратегиясын және Яндекс жарнамалық компаниялардың стратегиясын әзірлейді. Нақты бизнес-жоба үшін Google Ads директивалары мен Сыртқы жылжыту, талдау, семантика негіздері және Яндекс контекстік жарнама сервисін пайдалану ерекшеліктері туралы пікір қалыптастыру. Директ, Google Ads. Коммуникативтік қабілеттер: кәсіби және кәсіби емес іздеу жүйелері туралы ақпаратты түсінікті түрде түсіндіруге қабілетті Оқыту дағдылары: веб-аналитика саласында жоғары дербестік дәрежесі бар оқытуды жүзеге асыру үшін қажетті	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг Әлеуметтік желілердегі маркетинг Маркетинг өлшемдері Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды
tzhzhva4340	Таргеттелген жарнама және веб-аналитика	4	7	Интернетке ілгерілетудің заманауи тәсілдерін меңгеру. Курс студенттердің әлеуметтік желілерде жарнамалық науқандарды іске қосудың негізгі дағдыларын алуға бағытталған.	Интернет-жарнама және веб-талдаудың эволюциясы, таргеттелген жарнама терминологиясы, таргеттелген жарнамаға арналған маркетингтік воронка, таргеттелген жарнама форматтары, арналарды, форматтар мен аудиторияларды жылжыту үшін таңдау, тақырып және СТА (Call to Action) құру тәсілдері, жарнамалық креативтермен жұмыс істеуге арналған кіріктірілген құралдар, веб-аналитика және жарнамалық кабинеттердегі Статистика зерттеледі.	Пікір қалыптастыру: жарнамалық креативтерді құру принциптері туралы, таргеттелген жарнама және веб-аналитика саласындағы ақпаратты нақты және нақты хабарлайды Коммуникативтік қабілеттер: жарнамалық стратегияны таныстыру дағдыларын меңгерген, Оқыту дағдылары: веб-талдау және жоғары дербестік дәрежесі бар таргеттелген жарнама саласында оқуды жүзеге асыру үшін қажетті дағдылар әзірленген.	Экономикадағы математика Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Big Data Analytics Data Science-ке кіріспе Машиналық оқытуға кіріспе Маркетинг өлшемдері Маркетингтік аудит Маркетингтегі сандық талдау әдістері	Өндірістік Дипломалды

m4ik4242	Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары	5	7	Маркетингте 4.0 индустрия саласының құралдарын қолданудың теориялық және практикалық аспектілері бойынша білімді меңгеру.	Негізгі назар 4.0 индустрияны қалыптастырудың теориялық мәселелеріне, әлемнің бірқатар аймақтарында сандық экономикаларды дамыту ерекшеліктеріне бөлінген; Big Data (үлкен деректер), Internet of Things (заттардың Интернет және заттардың өнеркәсіптік интернет), Blockchain (Блокчейн), киберфизикалық жүйелер және т. б. сияқты құралдарды егжей-тегжейлі зерттеуге ерекше көңіл бөлінген.	Білу және түсіну: Төртінші өнеркәсіптік революция (Big Data ("үлкен деректер"), Internet of Things ("Интернет вещей" және "өнеркәсіптік интернет вещей"), Blockchain ("Блокчейн"), киберфизикалық жүйелер және т.б.) құралдарын маркетинг және SMM тәжірибесінде пайдаланудың теориялық және практикалық негіздері.	Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг Data Science-ке кіріспе Интернет-коммуникациялар	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
----------	---------------------------------------	---	---	---	--	---	---	---

cok4242	Цифрлық ортаға кіріспе	5	7	Әлемнің және Қазақстанның бірқатар аймақтарында цифрлық экономиканы дамытудың мақсаттары, міндеттері мен базалық бағыттары саласындағы білімді меңгеру.	Цифрлық экономиканы дамытудың базалық бағыттары және оның негізгі технологиялық және ұйымдастырушылық құрамдастары, мемлекеттің функциялары және сандық экономикаға көшуді құқықтық қамтамасыз ету мәселелері, сондай-ақ сандық экономиканы дамытудағы шетелдердің тәжірибесі және 4.0. индустрияға көшу.	Сандық экономиканы қалыптастыру және дамыту жағдайында салалық және макроэкономикалық деңгейлердегі әртүрлі экономикалық жағдайларды талдаудың теориялық тәсілдерін; сандық экономиканы қалыптастыру кезінде Мемлекеттік кәсіпкерлік нысандарының ерекшеліктерін білу және түсіну. Білім мен түсінуді қолдану: әлемдегі және Қазақстандағы экономиканың сандық трансформациясының теріс және оң факторларын бөліп, ара қатынаста, экономиканың түрлі салаларында ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласының құралдарын пайдалану мүмкіндігін анықтай алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдылары: сандық экономиканы талдау әдістерін, жалпы сандық трансформация тиімділігін анықтаудың бағалау құралдарын меңгерген; жаңа технологиялық жағдайларда экономикалық саясаттың тиімділігін бағалау әдістемесі мен алгоритмін меңгерген.	Шетел тілі Экономикадағы математика Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар SMM-жылжыту SMM-консалтинг Big Data Analytics Data Science-ке кіріспе Машиналық оқытуға кіріспе Интернет-коммуникациялар	Өндірістік Дипломалды
---------	------------------------	---	---	---	---	--	---	--------------------------

ceibok4242	Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер	5	7	Цифрлық платформаларда жұмыс істейтін жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлерді қалыптастыру және қызмет ету ерекшеліктері мәселелерінде білімді меңгеру.	Әлемнің бірқатар аймақтарында инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлерді қалыптастыру және дамыту мәселелеріне қатысты теориялық және практикалық аспектілер қарастырылады; сандық платформаларда жұмыс істейтін, сондай-ақ индустрияның негізгі талаптарына жауап беретін жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлердің ерекшелігіне ерекше назар аударылды.	Білім және түсіну: жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлерді қалыптастырудың теориялық аспектілерін, олардың "протоколастерден" бастап "жүйе құрушыға" ұғымдардың эволюциялық вертикалі жүйесіндегі өнеркәсіптік интеграцияланған құрылымдарды ұйымдастырудың басқа формаларынан ерекше ерекшеліктерін. Білім мен түсінуді қолдану: жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлердің ерекше сипаттамаларын көрсете алады; экономиканың белгілі бір саласы шеңберінде олардың жұмыс істеу ерекшеліктерін түсінеді. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді. Оқыту дағдысы: жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлердің жұмыс істеу тиімділігін талдау және бағалау, сондай-ақ олардың сандық әлеуетінің деңгейін бөлу дағдыларын меңгерген.	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Менеджмент Маркетингтік зерттеулер Өнеркәсіптік маркетинг Маркетингті басқару	Өндірістік Дипломалды
------------	---	---	---	--	--	---	---	--------------------------

fzhkzhk4244	Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика	5	7	Жарнама өнімінің тиімді дизайнын жасау үшін құралы ретінде пайдалану үшін жарнама тілін үйрену.	Графикалық дизайнның тарихы мен дамуы, түспен жұмыс істеу әдістемесі, жобаларда әр түрлі қаріптерді қолдану қажеттілігін негіздеу, баспа мәтінін ресімдеу және оны компанияның фирмалық стиліне қатысты барлық объектілерде орналастыру мәселелері қарастырылады.	Білу және түсіну: терудің және беттеудің техникалық ережелерінің нормативтік базасын біледі; баспахана кириллиялық дәстүрлерін және оның құрлықтық еуропалық және ағылшын-американдан айырмашылықтарын біледі; дизайн-Жобалауда қолданылатын қазіргі заманғы аппараттық және бағдарламалық құралдар; информатика туралы негізгі түсініктер; негізгі операциялық жүйелер, файлдық құрылымдар және пайдаланушы интерфейстері, компьютерлік графика түрлері. Білім мен түсінуді қолдану: дизайн-жобаны орындау міндеттері мен тәсілдерінің ықтимал шешімдерінің жиынтығын синтездей алады; дизайн-жобаға қойылатын талаптарды талдай алады және анықтай алады; графикалық өнімнің дизайны мен визуалды коммуникация құралдарын жобалай алады; - түрлі редакторлар мен браузерлерде, Интернетте жұмыс істеу, алған білімдерін кәсіби қызметте пайдалану; компьютерлік графиканың жаңа заманауи құралдарын өз бетінше меңгеру және пайдалану.	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг Интернет-коммуникациялар	Өндірістік Дипломалды
-------------	--	---	---	---	---	--	---	--------------------------

zhad4244	Жарнамадағы Арт-дизайн	5	7	<p>Жарнама өнімін өндіру процесіндегі дизайн орны туралы жалпы түсініктерді қалыптастыру; жарнама дизайнының негізгі қызметтері мен қызметінің бағыттары туралы; жарнаманың әр түрлі түрлерінің ерекшелігі, негізгі жарнамалық стратегиялар туралы, эстетикалық тартымды жарнамаларды жобалау принциптері туралы, жарнамалық бейнелерді визуализациялау тәсілдері мен әдістері туралы нақты түсініктерді қалыптастыру.</p>	<p>Бұл пән сонымен қатар өнер тарихы саласында базалық білім алуға және жарнама жасау саласында жұмыс істейтін / жоспарлайтын маркетингтік қорықтардың көркем-бейнелік ойлауын қалыптастыруға бағытталған.</p>	<p>Білу және түсіну: жарнама саласындағы дизайнның мақсатын, мәнін және ерекшелігін біледі; жарнама өндірісі процесінде дизайнға қойылатын нормативтік талаптар мен міндеттер; жарнама дизайнының негізгі қызметтері мен қызметінің бағыттары; жарнама идеясының дизайнерлік құралдары мен визуализация әдістері; кешенді жарнама өнімін құрастыру тәсілдері; жарнама процесіндегі дизайнердің функциялары мен міндеттері; жарнаманың әртүрлі түрлерін өндіру процесіндегі дизайн-жоба бойынша құжаттама мазмұнына қойылатын негізгі талаптар. Білім мен түсінуді қолдану: берілген тақырып бойынша тарихи-өнертанушылық сипаттағы ақпаратты іздестіруді, талдауды және практикалық пайдалануды жүзеге асыра алады; дизайнерлік шешімнің тиімділігін бағалау тұрғысынан жарнамалық шығармашылық үлгілеріне бейнелік-стилистикалық талдау жасай алады; жарнама дизайнындағы типтік қателерді анықтай алады; Дизайнерлік жобаны бастапқы зерттеуден және ақпаратты талдаудан тұжырымдаманы дамыту арқылы тапсырыс берушіге дизайн-жобаны ұсынғанға дейін орындайды; жарнамалық дизайнға қойылатын заманауи талаптарға жауап беретін</p>	<p>Маркетинг негіздері Интернет-маркетинг Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар SMM-жылжыту Интернет-коммуникациялар</p>	<p>Өндірістік Дипломалды</p>
----------	------------------------	---	---	--	--	---	---	----------------------------------

mpzhvzhrgkCD AizhAPB4244	Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic	5	7	Компьютерлік графиканы құрудың заманауи әдістерін оқу және оларды кәсіби қызметте қолдану дағдыларын қалыптастыру.	CorelDraw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop сияқты қолданбалы бағдарламалар пакеттерін қолдану негізінде векторлық және растрлық графикамен жұмыстың базалық негіздері оқытылады. Векторлық және растрлық графика арасындағы айырмашылықтарды қарастыруға, сондай-ақ оларды маркетинг практикасында қолдану ерекшеліктеріне және әртүрлі жарнамалық-баспа өнімдерін дайындауға ерекше көңіл бөлінген.	Білуі және түсінуі: компьютерлік графика және геометриялық модельдеу әдістері мен құралдарын; векторлық және растрлық графика негіздерін; фракталдық графиканың теориялық аспектілерін; компьютерлік геометрияның негізгі әдістерін; реалистік сценаларды құрудың алгоритмдік және математикалық негіздерін; ЭЕМ көмегімен компьютерлік графика алгоритмдерін жүзеге асыру мәселелерін біледі. Білім мен түсінуді қолдану: растрлық және векторлық графиканың негізгі алгоритмдерін бағдарламалық жүзеге асыра алады; графикалық стандарттар мен кітапханаларды қолдана алады; компьютерлік графиканы әзірлеу саласында қазіргі заманғы бағдарламалық қамтамасыз етуді қолдана алады. Пайымдауларды қалыптастыру: тиісті критерийлерді назарға ала отырып, фактілер мен ықтимал тәсілдерді теңдестіруге қабілетті. Коммуникативтік қабілеттер: негізгі қорытындыларды тұжырымдайды және қисынды негіздейді.	Маркетинг негіздері Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар Интернет-маркетинг SMM-ге кіріспе Әлеуметтік желілердегі маркетинг	Өндірістік Дипломалды Қорытынды аттестаттау
-----------------------------	---	---	---	--	---	---	---	---

Итого по циклу ООД: 5 кред.  
Итого по циклу БД: 55 кред.  
Итого по циклу ПД: 40 кред.  
Итого по циклу ДМ: 0 кред.

Кафедра меңгерушісі:  Мамраева Д.Г.