

Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі
Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті

«БЕКІТІЛГЕН»

«Академик Е.А. Бөкетов атындағы
Қарағанды университеті» КЕАҚ
Басқарманың шешімімен

Хаттама № 24 _____ 2024 ж.

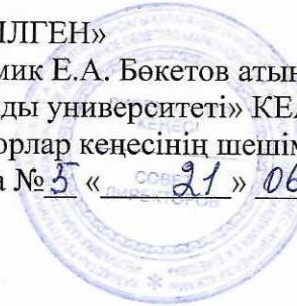
проф. Н.О. Дулатбеков



«БЕКІТІЛГЕН»

«Академик Е.А. Бөкетов атындағы
Қарағанды университеті» КЕАҚ
Директорлар кеңесінің шешімімен

Хаттама № 5 « 21 » 06 _____ 2024 ж.



БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ

«6B04113 – Маркетинг және SMM»

Деңгейі: Бакалавриат

Қарағанды қ.
2024

КЕЛІСІМ ПАРАҒЫ

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ «6B04113 – Маркетинг және SMM»

«КЕЛІСІЛДІ»

Қарағанды облысының кәсіпкерлер палатасының директоры


_____ Е.Д. Кульпеисов

2024 ж. «08» _____ 04



«КЕЛІСІЛДІ»

Қарағанды облысы «Сауда палатасы» ҚК Басқарма төрағасы


_____ К.К. Бексеитова

2024 ж. «08» _____ 04



«КЕЛІСІЛДІ»

«Интерстройсервис и К» ЖШС директоры


_____ Б.С. Досжанов

2024 ж. «08» _____ 04



«6B04113-Маркетинг және SMM» білім беру бағдарламасы бойынша келесі құжаттарға сәйкес құрастырылған:

- Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдеде қабылданған №319-III «Білім туралы» Заңы;
- «Кредиттік технология бойынша оқу процесін ұйымдастыру ережесін бекіту туралы» ҚР БҒМ 20.04.2011 жылғы №152 Бұйрығы;
- 16.03.2016 жылдан әлеуметтік әріптестік және әлеуметтік-еңбек қатынастарын реттеу жөніндегі республикалық үшжақты комиссия ҰКШ;
- «Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар кадрларды даярлау бағыттарының жіктеуішін бекіту туралы» ҚР БҒМ 13.10.2018 жылғы №569 Бұйрығы;
- 20.07.2022 жылы № 2 ҚР ҒЖБМ бұйрығымен бекітілген Қазақстан Республикасының жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты;
- «Атамекен» Қазақстан Республикасы Ұлттық кәсіпкерлер палатасы Басқарма Төрағасының/Төраға орынбасарының бұйрықтарымен бекітілген кәсіби стандарттар:
 - 1) «Нарықты талдау саласындағы қызмет» (26.12.2019 ж. №263 бұйрығына № 89 қосымша);
 - 2) «Әлеуметтік желілерді басқару (SMM)» (26.12.2019 ж. №263 бұйрығына № 88 қосымша);
 - 3) «Бренд менеджменті» (26.12.2019 ж. No 263 бұйрығына № 92 қосымша);
 - 4) «Электрондық коммерция саласында қызметтер көрсету» (2019 жылғы 27 желтоқсандағы No 266 бұйрығына №14 қосымша).

Мазмұны

№	Білім беру бағдарламасының төлқұжаты	Беттер
1	Білім беру бағдарламасының коды және атауы	5
2	Білім беру саласының коды және жіктелуі	5
3	Білім беру бағдарламаларының тобы	5
4	Кредиттер көлемі	5
5	Оқу түрі	5
6	Оқу тілі	5
7	Берілетін академиялық дәреже	5
8	Білім беру бағдарламасының түрі	5
9	БЖХС бойынша деңгей	5
10	ҰБШ бойынша деңгей	5
11	СБШ бойынша деңгей	5
12	Білім беру бағдарламасының ерекшелігі	5
	ЖОО партнер (серіктес)	
	ЖОО партнер (серіктес)	
13	Кадрларды даярлау бағытына арналған лицензияға қосымшаның нөмірі	5
14	Аккредиттеу органының атауы және аккредиттеудің қолданылу мерзімі	5
15	Білім беру бағдарламасының мақсаты	5
16	Білім беру бағдарламасы бойынша бакалаврдың біліктілік сипаттамасы	5
а)	Біліктілік пен лауазымдар тізбесі	5
б)	Кәсіби қызмет саласы мен объектілері	6
в)	Кәсіби қызмет түрлері	6
г)	Кәсіби қызметінің функциялары	6
17	Құзыреттіліктер негізінде оқыту нәтижелерін тұжырымдау	8
18	Оқыту нәтижелеріне сәйкес пәндер модульдерін анықтау	9
19	Оқу нәтижелеріне қол жеткізу матрицасы	12
20	Оқыту және бағалау әдістерімен жоспарланған оқыту нәтижелерін келісу (ЖОН)	25
21	Оқу нәтижелерінің қол жетімділігін бағалау критерийлері	26
22	Түлек моделі	28

Білім беру бағдарламасының төлқұжаты (бұдан әрі - БББ)

1. Білім беру бағдарламасының коды және атауы: «6B04113-Маркетинг және SMM».
2. Білім беру саласының коды және жіктелуі: 6B04-Бизнес, басқару және құқық.
3. Білім беру бағдарламаларының тобы: B047 – Маркетинг және жарнама.
4. Кредиттер көлемі: 240.
5. Оқу түрі: күндізгі.
6. Оқыту тілі: қазақ.
7. Берілетін академиялық дәреже: «6B04113-Маркетинг және SMM» БББ бойынша бизнес және басқару бакалавры.
8. Білім беру бағдарламасының түрі: инновациялық.
9. ББХСК (Білім берудің халықаралық стандартты классификациясы) бойынша деңгейі: 6.
10. ҰБШ (Ұлттық біліктілік шеңбері) бойынша деңгейі: 6.
11. СБШ (Салалық біліктілік шеңбері) бойынша деңгейі: 6.
12. Білім беру бағдарламасының ерекшелігі: Бағдарлама маркетингтік талдау мен цифрлық маркетингке, Big Data, Machine Learning, Internet of Things және т.б. технологиялық инновацияларға назар аудара отырып, мамандандырылған маркетингтік пәндерді зерделеуді жүзеге асырады.
ЖОО серіктес -
ЖОО серіктес -
13. Кадрларды даярлау бағытына арналған лицензияға қосымшаның нөмірі: 2020 жылғы 28 шілдедегі № KZ83LAA00018495 лицензияға №016 қосымша.
14. Аккредиттеу органының атауы және БББ-сының аккредиттеу әрекет ету мерзімі: -
15. БББ мақсаты: Маркетинг және әлеуметтік желілерде маркетингті басқару (SMM) саласындағы жоғары білікті және бәсекеге қабілетті мамандарды даярлау.
16. Білім беру бағдарламасы бойынша бакалаврдың біліктілік сипаттамасы.
а) Біліктілік пен лауазымдар тізбесі: Біліктілік пен лауазымдар «Кәсіптер сыныптаушы» Қазақстан Республикасының Ұлттық сыныптаушына сәйкес ҚР ҰС 01-2017 айқындалады, (Қазақстан Республикасының инвестициялар және даму Министрлігінің техникалық реттеу және метрология комитетінің 2017 жылғы 11 мамырдағы №130-НҚ бұйрығымен бекітілді және қолданысқа енгізілді), сонымен қатар – «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма Төрағасының 26.12.2019 жылғы №263 бұйрығына №89 қосымша» - «Нарықтарды талдау саласындағы қызмет» кәсіби стандарты»; «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма Төрағасының 26.12.2019 жылғы №263 бұйрығына №88 қосымша» - «Әлеуметтік желілер менеджменті (SMM)» кәсіби стандарты»; «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы Басқарма Төрағасының 27.12.2019 жылғы №266 бұйрығына №9 қосымша» - «Пошта немесе Интернет желісі арқылы тауарларға тапсырыс беру жолымен жүргізілетін бөлшек сауда» кәсіби стандарты».
Соның ішінде:
–маркетинг қызметінің басшысы;

- өткізу және маркетинг жөніндегі басшылар (басқарушылар);
- жарнама және жұртшылықпен байланыс жөніндегі басшылар (басқарушылар);
- маркетинг-менеджер;
- сарапшы-маркетолог;
- маркетингтік компаниялардың талдаушысы;
- SMM-менеджер;
- CRM-маркетолог;
- электрондық сауда менеджері;
- жарнама, маркетинг және қоғаммен байланыс жөніндегі маман-кәсіпқойлар.

б) Кәсіби қызмет саласы мен объектілері: «6B04113-Маркетинг және SMM» мамандығы бойынша бизнес және басқару бакалаврының кәсіби қызмет саласы болып нарықты талдау саласындағы қызмет, әлеуметтік желілер маркетингі, электрондық сауда табылады.

в) Кәсіби қызмет түрлері: жобалық; өндірістік-технологиялық; ұйымдық-басқару; сервистік.

г) Кәсіби қызметінің функциялары:

1) *жобалық қызметі:*

- логистикалық жабдықтауды, сатуды, кәсіпорынның баға саясатын жоспарлау және басқару, біріктірілген маркетингтік коммуникациялардың, оның ішінде интернет пен әлеуметтік желілердегі компаниялардың өнімін жылжыту;
- сату жөніндегі мақсаттарды қолдауда жарнамалық стратегиялар мен науқандарды жоспарлау, дамыту және ұйымдастыру;
- жарнамалық кампаниялар мен коммуникациялық стратегияларды жоспарлау және ұйымдастыру;
- перспективалы стартап-жобаларды әзірлеу, бизнес-жоспарлауды жүзеге асыру;
- компанияның маркетингтік жоспарын әзірлеу оны бюджеттеу, жоспарланған маркетингтік іс-шаралардың орындалуын үйлестіру және тұрақты бақылау, сондай-ақ кәсіпорындағы маркетинг бөліміне жалпы басшылықты жүзеге асыру;
- жарнама, қоғаммен байланыс, жаңа өнімдер жасау, басқа басшылармен ынтымақтастықта сату және маркетинг саласында саясат пен жоспарларды әзірлеу және жүзеге асыру;
- компания үшін маңызды көрсеткіштердің динамикасын болжау.

2) *өндірістік-технологиялық қызмет:*

- маркетингте аналитикалық зерттеулер жүргізу, Интернет желісінде (сайттар мен компаниялардың әлеуметтік беттерінде), атап айтқанда қазіргі заманғы ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, сондай - ақ Statistica, SPSS қолданбалы бағдарламалар пакеттерінің көмегімен трафикті зерттеу; деректер массивтерін талдау, Excel базалық және кеңейтілген мүмкіндіктерін белсенді қолдана отырып, экономикалық-математикалық модельдерді құру;
- веб-беттерді, SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландыру стратегияларын әзірлеу, электрондық коммерция саласында бизнес-идеяларды жасау және бағалау;

- веб-талдаудың прогрессивті құралдарын пайдалана отырып, интернет-жылжыту және жарнамалық компанияларды талдау;
 - жарнама үшін жарнамалық мәтіндер мен сценарийлерді жазу, сондай-ақ теледидар және кино өндірісін келісу, бұқаралық ақпарат құралдарында жарнаманы орналастыру;
 - тұтынушылардың мінез-құлқы мен қалауы туралы деректерді жинау және талдау;
 - тұтынушылардың ағымдағы және болашақ бейімділігін түсіндіру және болжау;
 - жаңа тауарлар мен қызметтердің әлеуетті сұранысы мен нарықтық сипаттамаларын зерттеу;
 - маркетингтік мақсаттарды, стратегияларды және бағдарламаларды дайындау және іске асыру арқылы бизнесті кеңейтуге және дамытуға жәрдемдесу;
 - жаңа және қолданыстағы тауарлар мен қызметтерге қатысты маркетингтік мүмкіндіктерді анықтау үшін маркетингтік зерттеулерді тағайындау және жүргізу;
 - Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop бағдарламаларын пайдалана отырып векторлық және растрлық графикамен жұмыс, типография, колористика және арт-дизайн саласында алынған білім негізінде жарнамалық жобаларды қалыптастыру.
- 3) ұйымдық-басқару қызметі:*
- маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және алынған нәтижелерді талдау;
 - нарық конъюнктурасын ескере отырып, нарықтағы өнімнің / компанияның позициясын жақсарту үшін ұсыныстар әзірлеу;
 - сайтты жылжыту стратегиясын әзірлеу; әлеуметтік желілерде тауар/ қызмет көрсету;
 - жарнамалық интернет-компанияны әзірлеу;
 - интернет желісіндегі компанияның имиджі мен беделін бақылау;
 - жаңа өнімдер жасау немесе ғылыми зерттеулер жүргізу жөніндегі бастаманы дамыту бағыты;
 - маркетинг, жұртшылықпен байланысты жүзеге асыру және жарнамалық науқандарды өткізу;
 - өнімнің ассортиментін анықтау және өткізу қызметіне басшылық жасау, клиенттерге қызмет көрсету стандарттары, мерчандайзинг әдістері және өнімді тарату саясаты;
 - баға белгілеу және несие келісімдері;
 - ресурстарды тиімді пайдалануды қамтамасыз ету үшін бюджеттерді әзірлеу және басқару және шығыстарды бақылау.
- 4) сервистік қызмет:*
- өнімдер портфелін, баға белгілеуді, сатуды жарнамалау мен ынталандыруды, сондай-ақ өткізу және тарату арналарын қоса алғанда, барлық маркетингтік аспектілер бойынша консультация беру.

17. Құзыреттіліктер негізінде оқыту нәтижелерін тұжырымдау

Құзырет түрі	Оқу нәтижесінің коды	Оқу нәтижесі (Блум таксономиясы бойынша)
1. Мінез-құлық дағдылары және жеке қасиеттер: (Softskills))	ОН 1	Қоғам туралы, жеке және заңды тұлғалардың құқықтарын қорғау саласындағы заңды мүдделері, кәсіпкерлік қызметтің экономикалық және әлеуметтік шарттары туралы білімдерін, бұл ақпаратты жинау мен түсіндіруге мүмкіндік беретін, әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойлардағы біліктілігін көрсетеді.
	ОН 2	Қызмет көрсету саласы мен экономикалық-математикалық модельдеу, бухгалтерлік есеп, менеджмент, маркетингтік кәсіпорындар қызметінің экономикалық тиімділігінің көрсеткіштерін есептеу әдістерін қолданады, кәсіпорынның қаржылық жоспарын және Қазақстан Республикасының салық жүйесіне сәйкес салықтар мен төлемдердің есептеулерін жасайды. Мұның бәрі ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін үйренуге және оларды маркетинг саласында қолдануға мүмкіндік береді.
	ОН 3	Микро, макродеңгейлердегі нақты жағдайларды талдау кезінде экономикалық сипаттағы проблемаларды анықтайды және шешеді, экономикалық шаруашылық шешімдердің нұсқаларын әзірлейді, тауарлар мен қызметтер нарығында маркетингтік құралдарды қолданады, маркетингтік зерттеулер жүргізеді.
2. Сандық құзыреттер: (Digital skills):	ОН 7	Білімдер мен түсініктерді кәсіби деңгейде қолдануға, дәлелдер келтіруге және зерттелетін саланың мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін маркетингте аналитикалық зерттеулер жүргізеді, интернет желісіндегі трафикті (сайттар мен компаниялардың әлеуметтік беттерін), атап айтқанда қазіргі заманғы ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, сондай - ақ Statistica, SPSS қолданбалы бағдарламалар пакеттерінің көмегімен зерттейді; деректер массивін талдайды, Excel базалық және кеңейтілген мүмкіндіктерін белсенді қолдана отырып, экономикалық-математикалық модельдерді құрады.
	ОН 8	Оқытылатын бағыт бойынша білім беру, практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін теориялық және практикалық білімді қолданады : Web-беттерді әзірлеу үшін әртүрлі аспаптық құралдарды қолданады, SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландырудың тиімді стратегиясын әзірлейді және қолданады, электрондық коммерция саласындағы бизнес-идеяларды жасайды және бағалайды, веб-талдаудың прогрессивті құралдарын пайдалана отырып, интернет-жылжыту және жарнама компанияларының нәтижелерін талдайды
	ОН 9	Интернет желісінде тауарлар мен қызметтерді жылжыту кезінде бизнес пен интернет-коммуникацияның этика элементтерін пайдалану ерекшеліктерін дәлелдейді; сандық экономиканы дамыту және 4.0 индустрияның түрлі құралдарын тәжірибеде, оның ішінде сандық платформаларда жұмыс істейтін жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлерді пайдалану есебінен сандық ортаны қалыптастыру.
3 Кәсіби құзыреттер: (Hardskills)	ОН 4	Маркетингті басқару саласында фактілер, құбылыстар, теориялар мен олардың арасындағы күрделі тәуелділіктер туралы білімді және түсінікті қолданады; азық-түлік және азық-түлік емес тауарлардың жекелеген топтарының тұтынушылық қасиеттерін анықтайды, ассортиментті талдау әдістерін, сондай-ақ тауарларға сараптама жүргізу әдістерін қолданады, талдауда Өнеркәсіптік маркетинг, коммерциялық емес ұйымдар мен қызметтер маркетингі құралдарын пайдаланады.
	ОН 5	Логистикалық жабдықтауды, сатуды, кәсіпорынның баға саясатын жоспарлайды және басқарады, біріктірілген маркетингтік коммуникациялардың көмегімен, оның ішінде интернет пен әлеуметтік желілерде компания өнімін жылжытады.
	ОН 6	Интернет-маркетинг саласындағы маркетинг саласындағы озық білімдерге негізделген білім мен түсінікті көрсетуге мүмкіндік беретін әлеуметтік желілердегі интернет-белсенділіктің тиімділігі мен нәтижелілігін бағалайды, маркетинг метрикасы жүйесін құрады, Python тілінде бағдарламалайды, стратегиялық маркетинг құралдарын қолданады.
	ОН 10	Перспективалы стартап-жобаларды әзірлейді, жүзеге асырылатын кәсіпкерлік қызмет шеңберінде бизнес-жоспарлаудың негізгі кезеңдерін тиімді іске асырады; Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop бағдарламаларын пайдалана отырып, векторлық және растрлық графикамен жұмыс істеу саласында дағдыларды, оқу саласындағы қосымша білімді өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқу дағдыларын меңгерген, баспахана, колористика және арт-дизайн саласында алынған білім негізінде жарнамалық жобаларды қалыптастырады.

18. Оқыту нәтижелеріне сәйкес пәндер модульдерін анықтау

Оқыту нәтижесінің коды	Модуль атауы	Пәндер атауы	Көлемі (ECTS)	
ОН1	Қоғамдық сананы жаңғыртудың дүниетанымдық негіздері	Қазақстан тарихы (МЕ)	5	
ОН1		Философия	5	
ОН1, ОН2, ОН9, ОН10		Қолданбалы бизнес және қаржылық сауаттылық негіздері	5	
		Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері		
		Экология және тіршілік қауіпсіздік негіздері		
ОН1	Ғылыми зерттеу негіздері			
ОН1	Әлеуметтік-саясаттану білім модулі	Саясаттану және әлеуметтану	4	
ОН1		Мәдениеттану және психология	4	
ОН1	Ақпараттық-коммуникативтік	Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар	5	
ОН1		Орыс тілі	10	
ОН1		Шетел тілі	10	
ОН1		Дене шынықтыру	8	
ОН3, ОН4, ОН5		Базалық дайындық	Экономикалық теория	5
ОН2, ОН6, ОН7	Экономикадағы математика		5	
ОН3, ОН4, ОН5, ОН6	Маркетинг негіздері		5	
ОН3, ОН4, ОН5	Микроэкономика		4	
ОН3, ОН4, ОН5	Макроэкономика		4	
ОН3, ОН5, ОН6	Менеджмент		5	
ОН2, ОН6, ОН7	Статистика		5	
ОН3, ОН6, ОН7	Маркетингтік зерттеулер		5	
ОН2, ОН5, ОН10	Бухгалтерлік есеп		5	
ОН2, ОН5	Қаржы		5	
ОН2, ОН5, ОН6	Салық және салық салу		5	
ОН2, ОН3	Оқу тәжірибесі		3	
ОН2, ОН3, ОН4	Өндірістік тәжірибе		3	
ОН4, ОН5, ОН9	Заманауи маркетингтік тұжырымдама		Азық-түлік тауарларының тауартануы	5
			Азық-түлік емес тауарлардың тауартануы	
			Тауар және қызметтің сараптамасы	
ОН5, ОН6		Маркетингтік логистика	5	
		Логистика		
ОН3, ОН5, ОН6		Жабдықтау логистикасы	5	
		Сату технологиялары		
		Мерчендайзинг		
		Сатуды басқару		
ОН2, ОН5, ОН6		Баға және бағақалыптастыру	5	

		Кәсіпорынның баға саясаты	
		Кәсіпорындардағы шығындарды басқару	
ОН5, ОН6, ОН8, ОН9		SMM-жылжыту	5
		SMM-консалтинг	
		Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар	
ОН4, ОН6, ОН9		Қызмет маркетингі	5
		Коммерциялық емес кәсіпорындардың маркетингі	
		Өнеркәсіптік маркетинг	
ОН5, ОН8, ОН10		Компанияның жарнамалық қызметі	5
		Брендинг	
		Айдентика	
ОН5, ОН6, ОН8	Маркетингті және SMM басқару	SMM-ге кіріспе	4
		Әлеуметтік желілердегі маркетинг	
		Интернет-маркетинг	
ОН2, ОН6, ОН8		Машиналық оқытуға кіріспе	6
		Data Science-ке кіріспе	
		Big Data Analytics	
ОН6, ОН7, ОН8		Маркетингтегі сандық талдау әдістері	5
		Маркетинг өлшемдері	
		Маркетингтік аудит	
ОН3, ОН6, ОН10		Маркетингті басқару	6
		Стратегиялық маркетинг	
		Маркетингті жоспарлау	
ОН5, ОН6, ОН7, ОН8		Өндірістік тәжірибе	19
ОН5, ОН6, ОН7, ОН8, ОН9		Дипломалды тәжірибесі	3
ОН2, ОН7, ОН8	Маркетингтегі аналитика	Маркетингтегі ақпараттық технологиялар	5
		Маркетингтегі трафик және аналитика	
		Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану	
ОН2, ОН7, ОН8		Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы	5
		Кәсіпорын қызметін талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы	
	Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica		
ОН6, ОН8, ОН10	Маркетингтің цифрлық коммуникациялары	Веб-сайттарды жасау	5
		SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру	
		WEB-технологиялар	
ОН5, ОН6, ОН8		Электрондық коммерция	4

		Іздеу жүйелерінен трафик және веб-аналитика	
		Таргеттелген жарнама және веб-аналитика	
ОН3, ОН9	Бизнесті басқару (Минор)	Кәсіби қарым-қатынас және кәсіби коммуникациялар	5
		Бизнес этикасы	
		Интернет-коммуникациялар	
ОН7, ОН8, ОН9		Цифрлық ортаға кіріспе	5
		Маркетингтегі 4.0 Индустрия құралдары	
		Цифрлық экономикадағы инновациялық белсенді өнеркәсіптік кластерлер	
ОН2, ОН3, ОН10	Бизнесті басқару (Минор)	Кәсіпкерлік қызмет негіздері	5
		Бизнес-жоспарлау	
		Стартаптар құру	
ОН5, ОН8, ОН10	Бизнесті басқару (Минор)	Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic	5
		Жарнамадағы Арт-дизайн	
		Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика	
ОН4, ОН5, ОН6, ОН7, ОН8, ОН9, ОН10	Қорытынды аттестаттау	Дипломдық жұмысты (жобаны) жазу және қорғау және кешенді емтиханға дайындық және тапсыру	8

19. Оқу нәтижелеріне қол жеткізу матрицасы

№ п.п.	Пән атауы	Пәннің қысқаша сипаттамасы	Кредиттер саны	Формулируемые результаты обучения (коды)										
				ОН1	ОН2	ОН3	ОН4	ОН5	ОН6	ОН7	ОН8	ОН9	ОН10	
Жалпы білім беретін пәндер циклі														
ЖОО компоненті / Таңдау бойынша компонент														
D1	Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері	Мемлекеттік-құқықтық құбылыстар туралы негізгі ұғымдар қарастырылады; ҚР конституциялық құқық негіздері; ҚР Құқық қорғау органдары және соты; ҚР мемлекеттік билік органдары; ҚР Әкімшілік құқық негіздері; ҚР Азаматтық және отбасылық құқық негіздері; ҚР Еңбек құқығы және әлеуметтік қамтамасыз ету құқығы; сыбайлас жемқорлық әрекеттері үшін құқықтық жауапкершілік; сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті қалыптастыру.	5	+	+							+		
	Қолданбалы бизнес және қаржылық сауаттылық негіздері	Берілген пән бизнесті құру мен жүргізудің экономикалық негіздерін, нарықты зерттеуді, дайын стартап-жобаның презентациясын, бюджеттеуді, инвестициялауды, салықтарды, несиені және жеке қаржыны басқаруды қоса алғанда, қаржыны басқарудың негізгі принциптерін қарастыратын қолданбалы бизнес және қаржылық сауаттылық саласындағы білімді қалыптастыру мақсатында оқытылады.		+								+	+	
	Экология және тіршілік қауіпсіздік негіздері	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.		+										
	Ғылыми зерттеу негіздері	Студенттердің ғылыми-зерттеу іс-әрекетінің дағдыларын және ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізуге дайындығын дамыту мақсатында оқытылады. Курста ғылымның қоғамдық қатынастар жүйесіндегі орны, ғылыми танымның әдістері мен деңгейлері, ғылыми зерттеулерді жүзеге асырудың негізгі кезеңдері қарастырылады.		+									+	+
Базалық пәндер циклі														
ЖОО компоненті														
D2	Экономикалық теория	Барлық деңгейдегі экономикалық құбылыстар мен процестердің ерекшеліктері зерттеледі. Экономикалық жүйелердің типтері, кәсіпорындардың жұмысын сипаттайтын экономикалық	5			+	+	+						

		көрсеткіштер және оларды есептеу әдістемесі, баға белгілеу механизмдері, қазіргі жағдайда еңбекақы төлеу нысандары, ақша қызметі, банк жүйесі, салықтардың негізгі түрлері, экономикалық өсу факторлары қарастырылады.											
D3	Экономикадағы математика	Пәннің ұғымдық аппараты ашылады, практикалық есептерді шешу үшін экономикалық үрдістер мен оңтайландырудың математикалық модельдерін құруға математикалық аппаратты қолдану, логикалық ойлау, өздігінен білім алу және математикалық аппаратты қолдану дағдылары дағдыланады. Математикалық модельдерде сызықты бағдарламалаудың қолданылуы, сызықтық бағдарламалаудағы екілік теориясы және оның қолданбалы мәні қарастырылады. Экономикадағы салааралық теңгерім және баға құрылымы аспектілері зерттеледі.	5		+				+	+			
D4	Маркетинг негіздері	Маркетингтің теориялық негіздері, маркетингтік жүйелер, маркетингтік орта, маркетингтік қызметті басқару және ұйымдастыру, тұтынушы нарықтарындағы клиенттердің мінез-құлықтары, нарықты сегменттеу және позициялау, маркетинг жүйесіндегі тауар саясаты оқытылады. Нарықтық стратегияда, баға саясатында, өнім дистрибуциясы мен маркетингінде, коммуникациялық саясатта, тауарлардың бәсекелестігі мен бәсекеге қабілеттілігінде, маркетингті жоспарлау мен бақылауда жаңа өнімдер қарастырылады.	5			+	+	+	+				
D5	Микроэкономика	Макроэкономикалық көрсеткіштер, экономикалық талдау әдістері, экономикалық ресурстар және экономикалық таңдау мәселелері, экономикалық жүйелер және олардың типтері оқытылады. Нарықтық экономиканың құрылымы және нарықтардың типтері, сұраныс пен ұсыныстың ерекшеліктері, нарықтық тепе-теңдік үлгілері, қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді кезеңдегі өндіріс шығындары, ауқымның әсерлері, таза монополия нарығы, жетілдірілген бәсекелестік, монополистік бәсекелестік, олигополиялар қарастырылады.	4			+	+	+					
D6	Макроэкономика	Макроэкономиканың негізгі теориялық және практикалық аспектілері, макроэкономикалық көрсеткіштер, макроэкономикалық тұрақсыздық, жұмыссыздықтың экономикалық циклі баяндалады. Инфляция ерекшеліктері, ұлттық табыс: өндіріс, бөлу және тұтыну, жиынтық сұраныс, жиынтық ұсыныс, тауар-ақша нарығындағы макроэкономикалық тепе-теңдік және ашық экономика зерттеледі.	4			+	+	+					
D7	Менеджмент	Қазіргі заманғы менеджменттің функциялары, мәні және сипатты белгілері, менеджмент функциялары, басқарушылық шешімдерді қабылдау және іске асыру процесі оқытылады.	5			+			+	+			

		Стратегиялық менеджменттің мәніне; негізгі ұғымдарға, функцияларға және қағидаттарға; қақтығыстарды басқару тәсілдеріне; стратегиялық жоспарлау функцияларына және стратегиялық жоспарды іске асыру әдістеріне назар аударылады. Бақылаудың кезеңдері, түрлері мен ережелері, сондай-ақ іскерлік қарым-қатынас этикасы қарастырылады.											
D8	Статистика	Статистиканың негізгі ұғымдары мен санаттары ашылады; статистикалық байқауды ұйымдастыру әдістері мен нысандары; статистикалық ақпаратты бастапқы өңдеу әдіснамасы зерделенеді. Негізгі назар негізгі және айналым қорларының статистикасын, еңбекақы төлеуді, өнеркәсіп өнімдерін, сондай-ақ кәсіпорынның қаржылық қызметінің нәтижелерін зерттеуге бөлінді.	5		+				+	+			
D9	Маркетингтік зерттеулер	Маркетингтік зерттеулерді ұйымдастырудың мәні мен негізгі принциптері, маркетингтік зерттеулерді жоспарлау мен ұйымдастырудың негізгі кезеңдері ашылады. Тауарлар мен қызметтер нарығының маркетингтік зерттеулерінің негізгі түрлері, құралдары және әдіснамасы зерттеледі. Зерттеудің сандық және сапалық әдістерін зерттеуге ерекше көңіл бөлінді.	5			+			+	+			
D10	Бухгалтерлік есеп	Бухгалтерлік есептің пәні мен әдісі, бухгалтерлік баланс, бухгалтерлік есеп шоттары, ІС-Бухгалтерия бағдарламасы, туризм кәсіпорындарындағы бухгалтерлік есеп шоттарындағы шаруашылық операцияларды тіркеу ерекшеліктері, туризмдегі бухгалтерлік есепті ұйымдастыру оқытылады.	5		+				+				+
D11	Қаржы	Қаржы және кредит саласындағы негізгі теориялық санаттар; қаржы нарығының тетіктері, құрылымы және құралдары; қаржы-кредит институттарының жұмыс істеуінің негізгі қағидаттары; Қазақстандағы және шет елдердегі қаржы және ақша-кредит салаларындағы нарықтық процестердің қазіргі даму үрдістері; нарықтық экономикадағы мемлекеттік қаржы функциялары; кәсіпорындар мен коммерциялық банктердің қаржы ресурстарын қалыптастыру және пайдалану ерекшеліктері баяндалады. Ақша айналымын, қаржы мен несиеді зерттеу мәселелеріне көңіл бөлінеді; қор, валюта және несие нарықтарының жұмыс істеуін талдаудың негізгі тәсілдері мен әдістері.	5		+				+				
D12	Салық және салық салу	Салықтар, алымдар және міндетті сипаттағы басқа да төлемдердің мәні, салық салу мен салық жүйелерін құрудың негізгі принциптері, Қазақстан Республикасының қолданыстағы салық жүйесі, салық салу элементтері, салықтық бақылауды ұйымдастыру және оны жүзеге асыратын органдар жүйесі, мемлекеттің салық саясаты, салық салу саласындағы реформалар, ұйымдар мен жеке тұлғалардан салықтардың	5		+				+	+			

		жалпы сипаттамасы, олардың мәні мен есеп айырысу тәртібі қарастырылады.												
Базалық пәндер циклі														
Таңдау бойынша компонент														
D13	Азық-түлік тауарларының тауартануы	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.	5											
	Азық-түлік емес тауарлардың тауартануы	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.												
	Тауар және қызметтің сараптама	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.												
D14	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.	5											
	Логистика	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.												
	Жабдықтау логистикасы	Сатып алу (сатып алу), кәсіпорынға жеткізу, сақтау және өндірістік тұтыну орнына беру процесстерін жүзеге асыру кезінде жабдықтау принциптерімен бірге логистика қағидалары мен												

		ережелерін іске асыратын кәсіпорынды материалдық-техникалық ресурстармен жабдықтауды ұйымдастыру тәсілдері зерделенеді.												
D15	Сату технологиялары	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.	5											
	Мерчендайзинг	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.												
	Сатуды басқару	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.												
D16	Баға және бағақалыптастыру	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.	5											
	Кәсіпорынның баға саясаты	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.																			
	Кәсіпорындардағы шығындарды басқару	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.																			
D17	SMM-жылжыту	Аудиторияны әлеуметтік желілер, блогтар, форумдар, қауымдастықтар арқылы сайтқа тарту тәсілдері зерттеледі. Компанияның интернетте алға басыуына байланысты сұрақтардың тұтас спектрі шешілуде: брендті жылжыту, брендтеу; сайтқа келушілер санының артуы; марканың танымалдығының артуы; брендке қатысты аудиторияның адалдығын арттыру.	5																		
	SMM-консалтинг	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.																			
	Әлеуметтік желілердегі интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар	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.																			
D18	Қызмет маркетингі	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.	5																		
	Коммерциялық емес кәсіпорындардың маркетингі	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.																			

	Өнеркәсіптік маркетинг	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.						+		+				+	
D19	Компанияның жарнамалық қызметі	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.	5							+			+		+
	Брендинг	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 процесті ұйымдастырудың практикалық дағдыларына үйретеді.								+			+		+
	Айдентика	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.								+			+		+
D20	Кәсіби қарым-қатынас және кәсіби коммуникациялар	Коммуникация теориясының негіздері, іскерлік коммуникацияның түрлері мен этикалық негіздері, тұлғааралық қарым-қатынас өнері, көпшілік алдында сөйлеу этикасы және қызметтік қарым-қатынас түрлері оқытылады.	5				+							+	
	Бизнес этикасы	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.					+							+	

		студенттік кәсіпкерлік саласындағы жобаларды пайдалана отырып стартаптарды құру мәселелері зерттеледі.												
D23	Маркетинг пен жарнамада векторлық және растрлық графиканы қолдану: Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop Basic	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.	5											
	Жарнамадағы Арт-дизайн	Бұл пән сонымен қатар өнер тарихы саласында базалық білім алуға және жарнама жасау саласында жұмыс істейтін / жоспарлайтын маркетингтік қарарлардың көркем-бейнелік ойлауын қалыптастыруға бағытталған.												
	Фирманың жарнама қызметіндегі типографика және колористика	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.												
Кәсіптік пәндер циклі Таңдау бойынша компонент														
D24	SMM-ге кіріспе	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.	4											
	Әлеуметтік желілердегі маркетинг	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.												
	Интернет-маркетинг	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.												

D25	Машиналық оқытуға кіріспе	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.	6			+				+			+			
	Data Science-ке кіріспе	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.				+					+			+		
	Big Data Analytics	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.				+					+			+		
D26	Маркетингтегі сандық талдау әдістері	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.	5								+		+		+	
	Маркетинг өлшемдері	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.									+		+		+	
	Маркетингтік аудит	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.										+		+		+
D27	Маркетингті басқару	Маркетингті басқару сұрақтары оқытылады: маркетингті басқарудың негізгі категориялары, принциптері мен механизмі; маркетингті басқарудың модельдері мен әдістері; маркетингті стратегиялық және тактикалық басқару ерекшеліктері; маркетингті басқарудың тиімділігі.	6								+				+	
	Стратегиялық маркетинг	Стратегиялық маркетингтің негізгі аспектілері және стратегиялық жоспарларды әзірлеу және оларды іске асыру үшін қажетті құралдар; нарықтың перспективалық дамуын бағалауға										+				+

		мүмкіндік беретін Тадамалық әдістер; нарықтың даму заңдылықтары; стратегиялық маркетингтің негізгі құралдарын тиімді қолдануға арналған жағдайлар; тиімді стратегиялық бағдарламаларды жоспарлау зерттеледі.											
	Маркетингі жоспарлау	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.											
D28	Веб-сайттарды жасау	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.	5										
	SEO жылжыту және сайттарды оңтайландыру	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.											
	WEB-технологиялар	Қазіргі заманғы web-технологиялар, желілік хаттамалар, HTML гипермәтінінің белгілеу тілдері және CSS стильдерінің каскадты 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.											
D29	Электрондық коммерция	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.	4										
	Іздеу	Іздеу жүйелерінің жұмыс істеу принциптері, техникалық аудит,											

	жүйелерінен трафик және веб-аналитика	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.											
	Таргеттелген жарнама және веб-аналитика	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.						+	+		+		
D30	Маркетингтегі ақпараттық технологиялар	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.						+			+	+	
	Маркетингтегі трафик және аналитика	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.	5					+			+	+	
	Кәсіпорындардың қызметін талдауда SPSS қолдану	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.						+			+	+	
D31	Кәсіпорындардың қызметін талдауда Excel құралдарын қолданудың негізгі курсы	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.	5					+			+	+	
	Кәсіпорын қызметін	Кәсіпорын қызметін талдауда Excel бағдарламасының кеңейтілген функцияларын пайдалану мәселелері зерттеледі,						+			+	+	

талдауда Excel құралдарын пайдаланудың озық курсы	атап айтқанда: корреляция коэффициенттерін есептеу, корреляциялық-регрессиялық талдауды құру, желілік, экспоненциалды, дала, полиномиалды және басқа функцияларды пайдалана отырып Кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштерін болжау.										
Маркетингтік деректерді талдаудағы Statistica	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.			+				+	+		

20. Оқыту және бағалау әдістерімен жоспарланған оқыту нәтижелерін келісу (ЖОН)

ЖОН	Модуль бойынша жоспарланған оқыту нәтижелері (ЖОН)	Оқыту әдістері	Бағалау әдістері
ЖОН 1	Қоғам туралы, жеке және заңды тұлғалардың құқықтарын қорғау саласындағы заңды мүдделері, кәсіпкерлік қызметтің экономикалық және әлеуметтік шарттары туралы білімдерін, бұл ақпаратты жинау мен түсіндіруге мүмкіндік беретін, әлеуметтік, этикалық және ғылыми ойлардағы біліктілігін көрсетеді.	Интерактивті дәріс	Тест
ЖОН 2	Қызмет көрсету саласы мен экономикалық-математикалық модельдеу, бухгалтерлік есеп, менеджмент, маркетингтік кәсіпорындар қызметінің экономикалық тиімділігінің көрсеткіштерін есептеу әдістерін қолданады, кәсіпорынның қаржылық жоспарын және Қазақстан Республикасының салық жүйесіне сәйкес салықтар мен төлемдердің есептеулерін жасайды. Мұның бәрі ғылыми зерттеулер мен академиялық жазу әдістерін үйренуге және оларды маркетинг саласында қолдануға мүмкіндік береді.	Кейс-әдістер	Коллоквиум
ЖОН 3	Микро, макродеңгейлердегі нақты жағдайларды талдау кезінде экономикалық сипаттағы проблемаларды анықтайды және шешеді, экономикалық шаруашылық шешімдердің нұсқаларын әзірлейді, тауарлар мен қызметтер нарығында маркетингтік құралдарды қолданады, маркетингтік зерттеулер жүргізеді.	Жобалық оқыту	Жобаны дайындау
ЖОН 4	Маркетингті басқару саласында фактілер, құбылыстар, теориялар мен олардың арасындағы күрделі тәуелділіктер туралы білімді және түсінікті қолданады; азық-түлік және азық-түлік емес тауарлардың жекелеген топтарының тұтынушылық қасиеттерін анықтайды, ассортиментті талдау әдістерін, сондай-ақ тауарларға сараптама жүргізу әдістерін қолданады, талдауда Өнеркәсіптік маркетинг, коммерциялық емес ұйымдар мен қызметтер маркетингі құралдарын пайдаланады.	Пікірталас	Презентация
ЖОН 5	Логистикалық жабдықтауды, сатуды, кәсіпорынның баға саясатын жоспарлайды және басқарады, біріктірілген маркетингтік коммуникациялардың көмегімен, оның ішінде интернет пен әлеуметтік желілерде компания өнімін жылжытады.	Инверттелген класс (Flipped Class)	Жобаны дайындау
ЖОН 6	Интернет-маркетинг саласындағы маркетинг саласындағы озық білімдерге негізделген білім мен түсінікті көрсетуге мүмкіндік беретін әлеуметтік желілердегі интернет-белсенділіктің тиімділігі мен нәтижелілігін бағалайды, маркетинг метрикасы жүйесін құрады, Python тілінде бағдарламалайды, стратегиялық маркетинг құралдарын қолданады.	Дөңгелек үстел	Презентация
ЖОН 7	Білімдер мен түсініктерді кәсіби деңгейде қолдануға, дәлелдер келтіруге және зерттелетін саланың мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін маркетингте аналитикалық зерттеулер жүргізеді, интернет желісіндегі трафикті (сайттар мен компаниялардың әлеуметтік беттерін), атап айтқанда қазіргі заманғы ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, сондай-ақ Statistica, SPSS қолданбалы бағдарламалар пакеттерінің көмегімен зерттейді; деректер массивін талдайды, Excel базалық және кеңейтілген мүмкіндіктерін белсенді қолдана отырып, экономикалық-математикалық модельдерді құрады.	Интерактивті дәріс	Тест
ЖОН 8	Оқытылатын бағыт бойынша білім беру, практикалық және кәсіби міндеттерді шешу үшін теориялық және практикалық білімді қолданады : Web-беттерді әзірлеу үшін әртүрлі аспаптық құралдарды қолданады, SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландырудың тиімді стратегиясын әзірлейді және қолданады, электрондық коммерция саласындағы бизнес-идеяларды жасайды және бағалайды, веб-талдаудың прогрессивті құралдарын пайдалана отырып, интернет-жылжыту және жарнама компанияларының нәтижелерін талдайды	Кейс-әдістер	Катанотест
ЖОН 9	Интернет желісінде тауарлар мен қызметтерді жылжыту кезінде бизнес пен интернет-коммуникацияның этика элементтерін пайдалану ерекшеліктерін дәлелдейді; сандық экономиканы дамыту және 4.0 индустрияның түрлі құралдарын тәжірибеде, оның ішінде сандық платформаларда жұмыс істейтін жүйе құраушы инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлерді пайдалану есебінен сандық ортаны қалыптастыру.	Интерактивті дәріс	Катанотест
ЖОН 10	Перспективалы стартап-жобаларды әзірлейді, жүзеге асырылатын кәсіпкерлік қызмет шеңберінде бизнес-жоспарлаудың негізгі кезеңдерін тиімді іске асырады; Corel Draw, Adobe Illustrator және Adobe Photoshop бағдарламаларын пайдалана отырып, векторлық және растрлық графикамен жұмыс істеу саласында дағдыларды, оқу саласындағы қосымша білімді өз бетінше жалғастыру үшін қажетті оқу дағдыларын меңгерген, баспахана, колористика және арт-дизайн саласында алынған білім негізінде жарнамалық жобаларды қалыптастырады.	Кейс-әдістер	Презентация

21. Оқу нәтижелерінің қол жетімділігін бағалау критерийлері

ОН кодтары	Критерийлер
ОН1	<p>Біледі: Қазақстан тарихы; философиялық идеялар мен тұжырымдамалар; әлеуметтану, саясаттану, мәдениеттану және психология негіздері; сыбайлас жемқорлыққа қарсы заңнаманың негізгі ұғымдары; кәсіпкерлік қызметтің құрылымы, кәсіпорын қызметін жоспарлау және болжау жүйесі; табиғи ресурстарды ұтымды пайдаланудың, тіршілік қауіпсіздігі мен құқықтық реттеудің қазіргі заманғы тәсілдері.</p>
	<p>Істей алады: әлеуметтік және кәсіби міндеттерді шешу кезінде әлеуметтік білімді пайдалану; мәдениеттің базалық құндылықтарын түсіну және сақтау; өзінің болашақ мамандығының әлеуметтік маңыздылығын түсінуге көмектесетін мәселелерді шешуде саяси ақпаратты қолдану; қолда бар фактілер негізінде мәдениеттанулық түсіндіру мен мәдени қайта құруды жүргізу; әлеуметтік мәселелерді шешу үшін орынды және психологиялық негізделген құралдарды таңдау практикалық; кәсіпорынның негізгі қорларға, материалдық ресурстарға, айналым қаражаттарына қажеттілігін есептеуді жүргізу.</p>
	<p>Менгерген: тарихи және философиялық материалдарды, философиялық идеяларды, тұжырымдамаларды салыстыру әдістерін іздеу, жүйелеу және баяндау дағдыларын; пікірталастарға қатысу, өз пікірін дәлелді түрде баяндау дағдысын; ғылыми ақпаратты іздеу, сыни талдау, қорыту және жүйелеу, зерттеу мақсаттарын қою және оларға қол жеткізудің оңтайлы жолдары мен әдістерін таңдау қабілетін; заманауи оқиғалар мен процестерді талдау әдістері қоғам өмірінің саяси саласында; мәдениеттанулық талдаудың негізгі тәсілдерін; әлеуметтік-психологиялық талдау және нақты кәсіби жағдайларды шешу дағдыларын; кәсіби қызметті жүзеге асыру кезінде экономикалық мазмұндағы ақпаратты пайдалану технологиясын.</p>
ОН2	<p>Біледі: экономикадағы математикалық талдау әдістері; статистиканың негізгі ұғымдары мен санаттары, статистикалық байқауды ұйымдастырудың әдістері мен нысандары; бухгалтерлік есептің мәні мен әдісі, Бухгалтерлік баланс, бухгалтерлік есеп шоттары, ІС-Бухгалтерия бағдарламасы; қаржы нарығының тетіктері, құрылымы мен құралдары; қаржы-кредит институттарының жұмыс істеуінің негізгі қағидаттары; қаржы саласындағы нарықтық процестердің қазіргі заманғы даму үрдістері және Қазақстан мен шетелдердегі ақша-кредит салаларындағы; міндетті сипаттағы салықтардың, алымдардың және басқа да төлемдердің мәні, салық салу мен салық жүйесін құрудың негізгі принциптері, Қазақстанның қолданыстағы салық жүйесі.</p>
	<p>Істей алады: кәсіпорын қызметін талдау кезінде математикалық әдістерді қолдану; бухгалтерлік операцияларды жүргізу, ІС-Бухгалтерия бағдарламасында жұмыс істеу; статистикалық талдауды жүзеге асыру; шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржылық жағдайын талдау, ҚР салық жүйесіне сәйкес салықтар мен алымдар бойынша есептерді жүргізу.</p>
	<p>Менгерген: кәсіпорындар қызметінің экономикалық тиімділік көрсеткіштерін есептеу және экономикалық-математикалық модельдеу, бухгалтерлік есеп, салық салу әдістерін, статистикалық талдау құралдарын.</p>
ОН3	<p>Біледі: макро - және микроэкономиканың негізгі теориялық және практикалық аспектілері; маркетингтің, маркетингтік жүйенің, маркетингтік ортаның, маркетингтік қызметті басқару мен ұйымдастырудың теориялық негіздері; маркетингтік зерттеулердің негіздері, оларды жүргізудің мәні мен кезеңдері, ақпаратты жинау мен талдаудың негізгі әдістері; маркетингтік зерттеулердің құрылымы; қазіргі менеджменттің функциялары, мәні және тән белгілері.</p>
	<p>Істей алады: кәсіпорын қызметінің экономикалық көрсеткіштерін есептеу; сәйкестендіру үшін экономиканың қолданбалы мәселелерін зерттеуді талдау әдістерін анықтау және салыстыру; маркетингтегі тауар, баға, өткізу және коммуникациялық саясатты әзірлеу және талдау; сапалы және сандық маркетингтік зерттеулер жүргізу; басқарудың ұйымдастырушылық құрылымдарын талдау; персоналдың еңбек қызметін ынталандыру бойынша жұмыс жүргізу.</p>
	<p>Менгерген: экономикалық талдау, стратегиялық менеджмент құралдарын, сондай-ақ маркетингтік зерттеу әдістерін.</p>
ОН4	<p>Біледі: азық-түлік тауарлары мен шикізаттың жекелеген топтарының тұтынушылық қасиеттері, оларды қалыптастыру және бағалау ерекшеліктері; тауарларға сараптама жүргізудің және олардың бәсекеге қабілеттілігін айқындаудың қазіргі заманғы әдістері; халықаралық нарықта тауарлардың әртүрлі топтарын жіктеу қағидаттары.</p>
	<p>Істей алады: азық-түлік тауарларының бәсекеге қабілеттілігін, экспортын, импортын және өндірісін ескере отырып, физиологиялық нормаларға сәйкес қоғамның жекелеген тауар түрлеріне қажеттілігін болжау; тұтыну қасиеттерін анықтау, азық-түлік емес тауарлардың сапасын бағалау және тексеру; азық-түлік емес тауарлардың әртүрлі топтарына сараптама жүргізу; қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындар үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеу.</p>
	<p>Менгерген: тауарлар мен қызметтердің ассортименттік топтарын талдау әдістерін, сондай-ақ азық-түлік және азық-түлік емес тауарларға сараптама жүргізу дағдыларын.</p>
ОН5	<p>Біледі: экономикадағы маркетингтік логистиканың негізгі ғылыми түсініктері; интеграцияланған маркетингтік коммуникациялардың өнім сұранысын қалыптастыруға және өткізуді ынталандыруға әсер ету процесі; брендтерді жіктеу; позициялау стратегиясы, брендтің сәйкестігі, брендтің атрибуттары.</p>
	<p>Істей алады: сатуды ұйымдастыруда заманауи ақпараттық технологияларды қолдану және тауарларды сатуға ынталандыру және кадрларды даярлау бағдарламаларын әзірлеу; бренд модельдерін және брендті орналастырудың маркетингтік стратегияларын әзірлеу.</p>

	Меңгерген: маркетингтік логистика құрылымдарында бизнес-процестерді әзірлеу әдістерін; бағаны қалыптастыру әдіснамасын, кәсіпорынның баға саясатын әзірлеудегі және оны іске асырудағы әдіснамалық тәсілдерді.
ОН6	Біледі: social media-да коммуникациялық стратегияны қалыптастыру ерекшеліктері, интернетте және әлеуметтік желілерде жарнама тәсілдері, әлеуметтік желілер жүйелерінің үлгілік мүмкіндіктері; үлкен деректерді талдау процесінің негізгі элементтері, машиналық оқыту, деректердің үлкен ауқымын өңдеудің негізгі тәсілдері, деректерді сақтау мен өңдеудің жоғары жүктелген жүйелерінің қазіргі заманғы технологиялары, қағидаттары; маркетингтің негізгі метрикасы, олардың топтары мен тәсілдері пайдалану.
	Істей алады: маркетингтік өлшемдер жүйесін құру; Python тілінде бағдарламалау, жіктеудің, кластерлеудің және регрессияның қолданбалы мәселелерін шешу, сонымен қатар құрастырылған модельдердің сапасын бағалау; контекстік, баннерлік және медиа жарнаманың тиімділігін бағалау.
	Меңгерген: маркетингтік өлшемдерді қолдануға негізделген фирманың маркетингтік қызметін басқару дағдыларын; нарықтың перспективалық дамуын бағалауға мүмкіндік беретін талдамалық әдістерін; стратегиялық маркетингтің негізгі құралдарын; тиімді стратегиялық бағдарламаларды жоспарлау және басқару дағдыларын; әлеуметтік желілердегі интернет-белсенділіктің тиімділігі мен нәтижелілігін бағалау; интернетте және әлеуметтік желілерде веб-статистиканы жинаудың заманауи әдістерін.
ОН7	Біледі: маркетингтегі ақпараттық технологиялардың мәні мен рөлі; Excel, Statistica және SPSS бағдарламаларындағы деректерді статистикалық өңдеу негіздері.
	Істей алады: деректер массивін талдау, экономикалық-математикалық модельдерді құру; Excel-дің негізгі және кеңейтілген мүмкіндіктерін пайдалану; интернет желісіндегі маркетингтегі трафикті талдау кезінде мамандандырылған құралдарды пайдалану.
	Меңгерген: Интернеттегі маркетингтегі трафикті талдау құралдарын, сонымен қатар Excel, Statistica және SPSS қосымшалары арқылы мәліметтер жиынтығын.
ОН8	Біледі: заманауи web-технологиялар; веб-сайттың құрылымын әзірлеу және макетін пысықтау ерекшеліктері; интернет-жарнама және веб-талдау негіздері, таргеттелген жарнама терминологиясы; электрондық сауданың ерекшеліктері, B2C, B2B, B2G, G2B, мобильді коммерцияның электрондық сауда алаңдарының сипаттамалары, әлеуметтік желілердегі коммерцияның мәні.
	Істей алады: веб-беттерді әзірлеу үшін түрлі құрал-саймандарды қолдану; тиімді SEO-жылжыту және сайттарды оңтайландыру стратегияларын, сондай-ақ диджитал-ортада жылжыту стратегияларын мен жарнамалық стратегияларды әзірлеу және қолдану; электрондық коммерция саласында жаңа бизнес-идеяларды генерациялау және бағалау.
	Меңгерген: веб-аналитиканың прогрессивті құралдарын, атап айтқанда Яндекс.Метрика және Google Analytics.
ОН9	Біледі: коммуникация теориясы және бизнесті жүргізудің этикалық нормалары; интернет-коммуникацияларды жоспарлау ерекшеліктері, интернет желісі арқылы тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді ілгерілету; цифрлық экономикаларды, оның ішінде әлемнің әртүрлі өңірлерінде қалыптастыру және дамыту негіздері; өнеркәсіптік кластерлердің типологиясы (хаттамаларды, кластерлерді, өнеркәсіптік, инновациялық, инновациялық-белсенді және жүйе құрайтын кластерлерді бөле отырып) және цифрлық ортада инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлердің жұмыс істеуі.
	Істей алады: маркетинг тәжірибесінде 4.0 индустриясының әртүрлі құралдарын, атап айтқанда Big Data, Blockchain, IoT, киберфизикалық жүйелерді қолдану.
	Меңгерген: Интернетте өткізілетін маркетингтік шаралардың тиімділігін бағалау әдістерін.
ОН10	Біледі: кәсіпкерлік қызметтің негіздері, компанияның бизнес-жоспарын әзірлеу ерекшеліктері; типография және колористика, арт-дизайн, өнер тарихы, сәндік-қолданбалы өнер техникасы негіздері; векторлық және растрлық графика арасындағы айырмашылықтар.
	Істей алады: бизнес-жоспарды, стартап-жобаны әзірлеу; графикалық бағдарламалардың - CorelDRAW, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop-тың кеңейтілген мүмкіндіктерін іс жүзінде қолдану.
	Меңгерген: бизнес-жобаларды басқару құралдары және әдіснамасын; CorelDRAW, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop графикалық бағдарламаларымен жұмыс істеу дағдыларын.

22. Түлек моделі

Түлектердің атрибуттары (құзыреттіліктер мен оқу нәтижелері негізінде әзірленген):

Экономика және бизнес саласындағы жоғары кәсібилік

Жаһандық сын-қатерлерге бейімделу

Көшбасшылық

кәсіпкерлік сана

жаһандық азаматтық

Академиялық адалдық принциптері мен мәдениетінің мәнін түсіну

Құзыреттілік түрлері	Құзыреттіліктер сипаттамасы
<p>1. Мінез-құлық және жеке қасиеттер (Softskills) дағдылары</p>	<p>1) кәсіпкерлік қызмет құрылымын еркін толық сипаттай алады;</p> <p>2) сыбайлас жемқорлыққа қарсы заңнаманың барлық ұғымдарын және процесті реттейтін құжаттарды еркін сипаттай алады;</p> <p>3) өндірістік жүйелер мен салалық объектілердің тұрақтылығын арттыру жөніндегі шараларды әзірлейді;</p> <p>4) философиялық материалды және философиялық идеяларды, ұғымдарды салыстыру әдістерін іздеу, жүйелеу және еркін баяндау дағдыларын табысты және жүйелі түрде қолдану; пікірталасқа қатысу, өз пікірін дәлелді баяндау дағдысы;</p> <p>5) кәсіптік қызметті жүзеге асыру кезінде экономикалық мазмұндағы ақпаратты пайдалану технологиясына ие болады;</p> <p>6) математикалық әдістерді қолдана отырып, болашақ қызмет саласының процестері мен құбылыстарына толық талдау жасайды;</p> <p>7) бухгалтерлік есепті ақпараттық жүйе ретінде талдау; бухгалтерлік есептің пәні мен әдісі; баланс және баланс теңдеуі; шоттар және екі жақты жазу; бухгалтерлік құжаттама және есеп регистрлері;</p> <p>8) жіктеу және топтастыру сипаттамаларын белгілейді және жинақталған мәліметтердің жиынтық және топтастырылуын және олардың алғашқы өңдеуін жүргізеді;</p> <p>9) талдамалық кестелерді жасайды және жасайды, кәсіпорынның қызметін қаржылық талдау нәтижелері бойынша қорытындылар мен ұсыныстарды тұжырымдайды, салық жүйесін жоғары деңгейде құру қағидаттарын меңгереді;</p> <p>10) кәсіпорынның экономикалық көрсеткіштерін есептей алады;</p> <p>11) өз жұмысын жетілдіру жолдарын ғылыми ізденіс аясын табысты кеңейте отырып, экономиканың қолданбалы мәселелерін зерттеуді талдау әдістерін анықтау және салыстыру үшін;</p> <p>12) маркетингтегі тауар саясатының мәнін талдайды; баға және сату маркетинг саясаты; маркетингтегі коммуникациялық саясат;</p> <p>13) маркетингтік зерттеулердің ұйымдық-әдістемелік негіздеріне, оларды жүргізудің мәні мен кезеңдеріне, ақпаратты жинау мен талдаудың негізгі әдістеріне талдау жасай алады; маркетингтік зерттеу құрылымына толық сипаттама беру;</p> <p>14) кәсіптік қызметте іскерлік және басқарушылық қарым-қатынас әдістерін қолдана алады; басқару әдістерінің жүйесін пайдалана отырып, тиімді шешімдер қабылдау.</p>
<p>2. Сандық құзыреттіліктер (Digital skills)</p>	<p>1) маркетингтегі ақпараттық технологияның мәнін түсінеді және оның рөлін нақты анықтайды;</p> <p>2) Интернет желісіндегі маркетингте трафикті талдауда әртүрлі мамандандырылған құралдарды пайдалана алады;</p> <p>3) Excel, Statistica және SPSS бағдарламаларында статистикалық мәліметтерді өңдеу негіздері бойынша кең білімі бар;</p> <p>4) деректерді талдау және оларды терең статистикалық өңдеу үшін Excel, Statistica және SPSS қолданбалы пакеттерінің негізгі және қосымша мүмкіндіктерін еркін пайдалана алады;</p> <p>5) Excel, Statistica және SPSS бағдарламаларында деректер массивтерін талдау кезінде ең оңтайлы құралдарды таңдауда қателіктер жібермейді;</p>

	<p>6) веб-беттерді әзірлеу үшін әртүрлі құралдарды пайдаланады;</p> <p>7) тиімді SEO жылжыту және веб-сайтты оңтайландыру стратегияларын әзірлеуге және қолдануға қабілетті;</p> <p>8) электрондық коммерция саласындағы жаңа бизнес-идеяларды қалыптастырады және сыни тұрғыдан бағалайды;</p> <p>9) веб-аналитиканың жетілдірілген құралдарын пайдалана отырып, интернет-ілгерілету және жарнамалық науқандардың нәтижелерін талдайды.</p> <p>10) коммуникация теориясы мен бизнесті жүргізудің этикалық нормаларын меңгереді;</p> <p>11) интернет-коммуникацияларды жоспарлау саласында, Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді жылжыту негіздерінде, сондай-ақ цифрлық экономикаларды, оның ішінде әлемнің әртүрлі аймақтарында қалыптастыру және дамыту мәселелері бойынша терең білімі бар;</p> <p>12) маркетинг тәжірибесінде Индустрия 4.0 түрлі құралдарын, атап айтқанда, Big Data, Blockchain, IoT, киберфизикалық жүйелерді пайдалану бойынша кең дағдылары мен білімі бар;</p> <p>13) өнеркәсіптік кластерлердің типологиясы (протокластерлер, кластерлер, индустриялық, инновациялық, инновациялық-белсенді және магистральдық кластерлер бөлінуімен) және цифрлық ортада инновациялық-белсенді өнеркәсіптік кластерлердің жұмыс істеу ерекшеліктері туралы терең білімі бар;</p> <p>14) бизнес-жоспарлауда және кәсіпорынның маркетингтік, өндірістік, қаржылық және ұйымдастырушылық жоспарларының негізгі көрсеткіштерін анықтауда қателіктер жібермейді;</p> <p>15) бәсекеге қабілетті стартап-жобаларды әзірлеуде және оларды одан әрі ілгерілетуде айтарлықтай практикалық тәжірибесі бар.</p>
<p>3. Кәсіби құзыреттіліктер (Hardskills)</p>	<p>1) азық-түлік тауарларының бәсекеге қабілеттілігін, экспортын, импортын және өндірісін ескере отырып, физиологиялық нормаларға сәйкес қоғамның тауарлардың жекелеген түрлеріне қажеттілігін болжайды;</p> <p>2) тауар ассортиментін тани алады, тұтынушылық қасиеттерін анықтайды, азық-түлік емес тауарлардың сапасын бағалай алады және тексереді;</p> <p>3) азық-түлік емес тауарлардың әртүрлі топтарына сараптаманы өз бетінше жүргізеді және сараптама жүргізу кезінде алынған мәліметтерді мінсіз түсіндіреді;</p> <p>4) өнеркәсіп тауарларының жіктелуін біледі, өнеркәсіптік тауарлардың маркетингтік іс-шараларының кешенін анықтауды, тұтынушылардың мінез-құлқын бағдарлауды, маркетингтік ортадағы әртүрлі факторлардың әсерін анықтауды, маркетингтік қызметті жоспарлауды ұйымдастыруды және олардың тиімділігін бақылауды біледі;</p> <p>5) сервистік маркетингтің негізгі түсініктерін меңгерген және жағдайлық талдау нәтижелері мен кәсіпорынның мақсаттары негізінде сервистік компаниялардың маркетингтік стратегияларын жасай алады;</p> <p>6) маркетингтік логистика құрылымдарында бизнес-процестерді дамыту әдістеріне иелік етеді;</p> <p>7) өткізуді ұйымдастыруда қазіргі заманғы ақпараттық технологияларды қолдануға және тауарларды өткізу үшін персоналды ынталандыру және оқыту бағдарламаларын әзірлеуге;</p> <p>8) баға белгілеудің әдістерін, әдістемесін, кәсіпорынның баға саясатын әзірлеудегі және оны қазіргі кезеңде жүзеге асырудағы әдістемелік тәсілдерді иеленеді.</p> <p>9) сұранысты қалыптастыруға және өнімді өткізуді ынталандыруға МӘК әсер ету процесін нақты түсінеді; сатуды ынталандыру әдістері мен оңтайлы байланыс арнасын таңдау бойынша оқытуды өз бетінше жүзеге асыру; әртүрлі жарнама, қоғаммен байланыс, жеке сату арқылы бірегей сату ұсынысын жасай алады;</p> <p>10) тауар белгілерінің/брендтердің жіктелуін түсінеді; брендті қалыптастыру, басқару және жылжыту бойынша практикалық дағдыларды меңгереді, брендтің классификациясын өз бетінше анықтай алады; бренд үлгісін және брендті позициялаудың маркетингтік стратегияларын әзірлеу бойынша шеберлік сабағын өткізе алады;</p> <p>11) әлеуметтік желілерде коммуникациялық стратегияны қалыптастыру ерекшеліктерін, интернетте және әлеуметтік желілерде жарнама беру әдістерін, әлеуметтік желі жүйелерінің типтік мүмкіндіктерін толық біледі; үлкен деректерді талдау процесінің негізгі элементтері, машиналық оқыту, үлкен деректер массивтерін өңдеудің негізгі тәсілдері, жоғары жүктелген деректерді сақтау және өңдеу жүйелерінің қолданыстағы заманауи технологиялары, принциптері; негізгі маркетингтік көрсеткіштер, олардың топтары мен қолдану әдістері;</p> <p>12) маркетингтік көрсеткіштер жүйесін құруды біледі; Python тілінде бағдарламалау;</p>

- 13) маркетингтік көрсеткіштерді пайдалану негізінде компанияның маркетингтік қызметін басқару дағдылары бар; нарықтың перспективалық дамуын бағалаудың аналитикалық әдістері; стратегиялық маркетингтің негізгі құралдары; тиімді стратегиялық бағдарламаларды жоспарлау және басқару дағдылары;
- 14) әлеуметтік желілердегі интернет қызметінің тиімділігі мен тиімділігін бағалау дағдылары бар; Интернетте және әлеуметтік желілерде веб-статистиканы жинаудың заманауи әдістері;
- 15) жіктеудің, кластерленудің және регрессияның қолданбалы есептерін шешуде, сондай-ақ құрастырылған модельдердің сапасын бағалауда оқыту әдістерін қолдана алады; контекстік, баннерлік және медиа-жарнаманың тиімділігін бағалау әдістері, сайттың тиімділігін бағалауға қабілетті, сайттың SEO-оптимизациясы;
- 16) векторлық және растрлық графиканың айырмашылығын түсінуде терең теориялық білімі бар;
- 17) графикалық бағдарламалармен жұмыс істеу дағдыларын көрсетеді - Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop; сонымен бірге ол осы бағдарламалардың жетілдірілген мүмкіндіктерін іс жүзінде қолдануды біледі;
- 18) көркемдік дизайн, өнертану, сәндік-қолданбалы өнер техникасы саласында терең білімі бар;
- 19) типография және түс элементтерімен жұмыс істеу кезінде қателіктер жібермейді; түспен жұмыс істеу дағдысы бар және техникалық тапсырма шеңберінде қажетті, жарнамалық жобаны жүзеге асыру үшін ең қолайлы қаріпті оңайлы таңдай алады.

Құрастырғандар:

Жұмыс тобының мүшелері:

Маркетинг кафедрасының меңгерушісі, э.ғ.к., профессор

Маркетинг кафедрасының қауымд. профессоры, э.ғ.к.

Маркетинг кафедрасының қауымд. профессоры, PhD.

Ғ.м., аға оқытушы

SMM-32p-21 тобының студенті

Д.Г.Мамраева

Л.В. Ташенова

М.П. Аяганова

Д.А.Торжанова

В.Д. Стеба

Білім беру бағдарламасы факультет Кеңесі отырысында қарастырылды « 10 » 04 2024 ж. Хаттама № 9

Білім беру бағдарламасы университеттің Академиялық Кеңесі отырысында қарастырылды « 29 » 04 2024 ж. Хаттама № 5

Білім беру бағдарламасы университеттің Басқарма отырысында қарастырылды және бекітілді « 24 » 05 2024 ж. Хаттама № 8

Басқарма мүшесі-академиялық мәселелер бойынша проректор

М.М. Умуркулова

Академиялық жұмыс департаментінің директоры

Т.М. Хасенова

Экономика факультетінің деканы

А.Н. Ламбекова

**БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫН ДАМУ ЖОСПАРЫ
6B04113-МАРКЕТИНГ ЖӘНЕ SMM**

Жоспардың мақсаты – еңбек нарығының өзекті талаптары мен қазіргі заманғы ғылымның жетістіктерін ескере отырып, білім беру бағдарламасын іске асыру жағдайларының сапасын арттыруға жәрдемдесу.

Мақсатты индикаторлар

№	Индикаторлар	Өлшем бірл.	2023-2024 (факті бойынша)	2024-2025 (жоспар)	2025-2026 (жоспар)	2026-2027 (жоспар)
1	Кадрлық потенциалды дамыту					
1.1	Ғылыми дәрежесі бар оқытушылар санының өсуі	Адам саны	1	1	1	1
1.2	Оқыту бейіні бойынша біліктілікті арттыру	Адам саны	4	4	4	4
1.3	Оқытуға практик-мамандарды тарту	Адам саны	2	2	2	2
1.4	Басқа	Адам саны	-	-	-	-
2	Рейтингтердегі БББ жылжыту					
2.1	НАОКО	Позициясы	-	2	2	2
2.2	НААР	Позициясы	-	2	2	2
2.3	Атамекен	Позициясы	Қатыспайды	Қатыспайды	3	3
3.	Оқу және ғылыми-әдістемелік әдебиеттерді, электрондық ресурстарды әзірлеу					
3.1	Оқулықтар	Саны	1	1	1	1
3.2	Оқу құралдары	Саны	1	2	2	2
3.3	Әдістемелік ұсынымдар / нұсқау	Саны	-	3	3	3
3.4	Электронды оқулық	Саны	1	2	2	2
3.5	Видео/аудиодеріс	Саны	1	2	2	2
3.6	Басқа	Саны	-			
4.	Оқу және зертханалық базаны дамыту	Саны				
4.1	Бағдарламалық өнімдерді сатып алу	Саны	1	1	-	-

4.2	Жабдыктарды сатып алу	Саны	-	1	1	1
4.3	Басқа	Саны	-	-	-	-
5.	БББ мазмұнын өзектендіру					
5.1	Еңбек нарығының талаптарын, ғылым жетістіктерін, кәсіптік стандарттарды ескере отырып, оқыту нәтижелерін және пәндер тізбесін жаңарту	ЖЫЛ	+	+	+	+
5.2	БББ-на шет тілдеріндегі оқу пәндерін енгізу	ЖЫЛ				
5.3	Оқытудың жаңа әдістерін енгізу	ЖЫЛ	+	+	+	+
5.4	ББ базасында бірлескен / екі дипломды бағдарламаны ашу	ЖЫЛ		+		
5.5	Басқа	ЖЫЛ	-	-	-	-

«Маркетинг» кафедрасының менгерушісі



Д.Г. Мамраева