

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
MINISTRY OF SCIENCE HIGHER EDUCATION OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

ҚОРҚЫТ АТА АТЫНДАҒЫ ҚЫЗЫЛОРДА УНИВЕРСИТЕТІ  
КЫЗЫЛОРДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ КОРКЫТ АТА  
KORKUT ATA KYZYLORDA UNIVERSITY

«Келісілді»

«Қызылорда облысының экономика және қаржы басқармасы» коммуналдық мемлекеттік мекемесі  
басшысы К. А. Мубараков К.А. Мубараков  
« 30 » 03 2023 ж.

«Келісілді»

«Абзп и К» Толық серіктестігінің директоры  
М. А. Ералиев М.А. Ералиев  
« 30 » 03 2023 ж.

«Келісілді»

Академиялық сапа жөніндегі Комитет  
төрағасы Н. С. Кулмурзаев Н.С. Кулмурзаев  
Мәжіліс хаттама № 30 03 2023 ж.



Бекітемін

Академиялық мәселелер бойынша  
Басқарма мүшесі-проректор  
Д. М. Абдрашева Д.М. Абдрашева  
« » 2023 ж.

Жоғары оқу орны компоненті және элективті пәндер каталогы Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университетінің Ғылыми кеңесінде мақұлданып, бекітілген.  
Хаттама № 16 «26» 04 2023 ж.

Жоғары оқу орны компоненті және элективті пәндер каталогы/  
Каталог вузовского компонента и элективных дисциплин/  
Catalog of the university component and elective disciplines

Экономика және құқық институты / Институт Экономики и права /Institute of Economics and law

Экономика және басқару БББ/ ОП Экономика и управление/ EP of Economics & management

Білім беру бағдарламаның атауы/Наименование образовательной программы/Name of educational program

6B04104 – Менеджмент. Маркетинг. Сату / 6B04104 – Менеджмент. Маркетинг. Продажи /6B04104 - Marketing. Management. Sales

Оқуға түскен жылы/ Год поступления/ Year of admission: 2023ж./г./у.

Білім алу траекториясы №1: Менеджмент. Маркетинг ауылшаруашылығы саласында Білім алу траекториясы №2: Менеджмент. Маркетинг әлеуметтік салада

Түскен жылы: 2023 ж.

Жоғары оқу орны компоненті

Модуль №	Пән циклы/цикл дисциплины/ cycle of discipline	Пән коды/ Код дисциплины/ Code of discipline	Пән атауы/ Наименование дисциплины/ Name of discipline	Кредит саныKZ/ Кол-во кредитов KZ/Number of credits KZ	Курсы/course	Академиялық кезең/ Академический период/ Academicperiod	Бақылау түрі/форма контроля/ form of control	Бақылаудың өту түрі (тест, жазбаша, ауызша,)/ вид контроля (тест, письменно, устно)/ type of control (test, written form, orally)	Пәннің сипаттамасы/ характеристика дисциплины/ characteristics of discipline:	Бағдарлама жетекшісінің аты-жөні, ғылыми атағы, дәрежесі/ ф.и.о. руководителя программы, ученаястепень, звание / name, surname of the instructor of program, scientific degree, rank
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
M3	БП ЖК/ БД ВК/ BD HSC	Mіsmak 1203 /Mіsmak 1203 /Mіsmak 1203	Макро-микро-экономика / Макро-микро-экономика /Mасro-mіcroeconomics	6	1	2	Емтихан /экзамен /exam	Тест Тест test	<p>1.Пререквизиттері/пререквизиты/ prerequisites</p> <p>2. Постреквизиттері/ постреквизиты/ postrekvizites</p> <p>3. Пәннің максаты/цель дисциплины/aim of the discipline</p> <p>4. Қысқаша мазмұны/ краткое содержание/shortcontent</p> <p>5. Құзыреттілігі/ компетенции/competences</p> <p>6. Күтілетін нәтиже/ ожидаемые результаты/ expectedresults</p>	<p>Берикболова У.Д., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Берикболова У.Д., магистр э.н., ст.преподаватель</p> <p>Berikbolova U.D. Master of economics, senior lecturer</p>

									<p>Shortcontent:Modern microeconomics-the science of rational decision- making with limited resources. Microeconomics explains how and why economic decisions are made at the level of firms, consumers, owners of capital, land, entrepreneurial abilities. Another important aspect is the interaction of economic actors in the formation of larger structures-markets in industry and agriculture5.Құзыреттілігі/ компетенции:должен знать: -современные методы анализа микроэкономических процессов;-оптимизационные и равновесные модели;-методы оценки эффективности производства.уметь:-принимать решения на основе анализа и оценки экономической ситуации;-вырабатывать обоснованное представление о логике экономического развития;-определять положение фирмы на рынке и перспективы её развития.</p> <p>Competences:must know: - modern methods of analysis of microeconomic processes; - optimization and equilibrium models; - methods of assessing the efficiency of production.be</p> <p>able to: - make decisions based on the analysis and assessment of the economic situation;-develop a reasonable idea of the logic of economic development;-determine the position of the company in the market and prospects for its development.</p> <p>6. Күтілетін нәтижелер: практикалық дағдыларды меңгеру:-кәсіпорынның экономикалық қызметінің көрсеткіштеріне олардың әсерін анықтау және есептеу;-қабылданатын шешімдер мен олардың салдарын әлеуметтік-экономикалық бағалау;-қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді кезеңдердепайданы барынша көбейту және өнім шығару көлемін оңтайландыру. Ожидаемые результаты: приобрести практические навыки:- выявления факторов и расчета их влияния на показатели экономической деятельности предприятия;-социально-экономической оценки принимаемых решений и их последствий; максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах и оптимизации объемов выпуска продукции. Eexpectedresults:acquire practical skills: - identify factors and calculate their impact on the economic performance of the enterprise; - socio-economic assessment of decisions and their consequences; - maximize profits in the short and long term and optimize the volume of production.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

M2	БП ТК/ БД КВ / BD EC	ET 1201/ ET 1201/ ET 1201	Экономикалық теория / Экономическая теория /Economic theory	5	1	1	емтихан/ экзамен/ exam	Тест тест	<p>1.Пререквизиттері:Кәсіпорын экономикасы, экономиканы мемлекеттік реттеу</p> <p>2.Постреквизиттері: Экономика предприятия</p> <p>Постреквизиты: Экономика предприятия, государственное регулирование экономики.</p> <p>3. Пәннің мақсаты: экономиканың үй шаруашылығы, фирма, ел және әлемдік шаруашылық деңгейінде қызмет етуі мен дамуын анықтайтын экономикалық білімдер мен процестердің мәнін ашатын негізгі базалық ұғымдар мен теориялық ережелерді терең зерделеу.</p> <p>Цель дисциплины:углубленное изучение основных базовых понятий и теоретических положений, раскрывающих сущность экономических знаний и процессов, которое определяют функционирование и развитие экономики на уровне домашнего хозяйства, фирмы, страны и мирового хозяйства. aim of the discipline: in-depth study of the basic concepts and theoretical provisions that reveal the essence of economic knowledge and processes that determine the functioning and development of the economy at the level of the household, firm, country and world economy.</p> <p>4. Қысқаша мазмұны: Экономикалық теория-бұл қоғамның шаруашылық өмірінің негіздері туралы ғылым. Жалпы түрде ол ғылыми білімнің нысаны, экономикалық қызметтің қандай да бір жағын көрсететін ережелер мен қорытындылардың жиынтығы болып табылады. Экономикалық теорияның мақсаты адамдардың материалдық қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру үшін шектеулі экономикалық ресурстарды тиімді пайдалануға қол жеткізу</p> <p>Краткое содержание: Экономическая теория - это наука об основах хозяйственной жизни общества. В самом общем виде она представляет собой форму научного знания, совокупность положений и выводов, отражающих ту или иную сторону экономической деятельности. Целью экономической теории является достижение эффективного использования ограниченных экономических ресурсов для максимального удовлетворения материальных потребностей людей.</p> <p>Shortcontent:Economictheoryisthescienceofthebasicsofeconomiclifeofsociety. In its most General form, it is a form of scientific knowledge, a set of provisions and conclusions reflecting one or another aspect of economic activity. The aim of economic theory is to achieve the effective use of limited economic resources to maximize the material needs of people.</p> <p>5.Құзыреттілігі:ақпаратты жинау, қорыту және талдаудың негізгі тәсілдері мен құралдары; агрегирленген тұтынушылар, фирмалар, мемлекет деңгейінде нарықтық экономиканың жұмыс істеу принциптері мен заңдары.</p> <p>Компетенции: : основные способы и инструменты сбора, обобщения и анализа информации; принципы и законы функционирования рыночной экономики на уровне агрегированных потребителей, фирм, государства.</p> <p>Competences: the main methods and tools for the collection, synthesis and analysis of information; the principles and laws of the functioning of the market economy at the level of aggregate consumers, firms, the state.</p> <p>6. Күтілетін нәтижелер:деректерді талдауды жүзеге асыру, есептерді шешуде заманауи технологияларды қолдану, есептер нәтижелерін талдау және алынған қорытындыларды негіздеу, макроэкономикалық агенттердің мінез-құлқына мемлекеттік макроэкономикалық саясаттың әсер ету салдарын, олардың экономикалық қызметінің нәтижелері мен әл-ауқатының деңгейін талдау.</p> <p>Ожидаемые результаты: осуществлять анализ данных, применять современные технологии при решении задач, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы, анализировать последствия воздействия государственной макроэкономической политики на поведение макроэкономических агентов, результаты их экономической деятельности и уровень благосостояния.</p> <p>Expectedresults :carry out data analysis, apply modern technologies in solving problems, analyze the results of calculations and justify the findings, analyze the impact of the state macroeconomic policy on the behavior of macroeconomic agents, the results of their economic activities and the level of welfare.</p>	<p>Умирзакова М.А. Экономика ғылымдарының кандидаты, университеттің қауымд. профессоры</p> <p>Умирзакова М.А. Кандидат экономических наук, Ассоц. профессор университета UmirzakovaM.A. Candidate of Economics</p>
----	----------------------------	---------------------------------	---	---	---	---	------------------------------	--------------	---	--

M2	БП ТК/ БД КВ / BD EC	EM 1202/ ME 1202/ ME 1202	Экономикадағы математика/ Математика в экономике/ Mathematics in an economy	5	1	1	емтихан/ экзамен/ exam	Тест тест	<p>1.Пререквизиттері: Математика (мектеп курсы) Пререквизиты: Математика. Prerequisites: Mathematics</p> <p>2. Постреквизиттері: Экономика-математикалық модельдеу, эконометрия Постреквизиты: Экономико-математическое моделирование, эконометрия. Postrekvizites: Economic and mathematical modeling, econometry.</p> <p>3. Пәннің мақсаты: математиканың қолданбалы жағын көрсету, яғни математиканың экономикада қолданылуын әр бөлімде қолдану, студенттерді экономикалық есептерді шешудегі құрал ретінде математикалық қәді стермен қаруландыру.</p> <p>Цель дисциплины: показать прикладную сторону математики, т.е. использовать применение математики в экономике в каждом разделе, ооружить студентов математическими методами как инструментом в решении экономических задач. Aim of the discipline: to show the applied side of mathematics, i.e. to use the application of mathematics in Economics in each section, to equip students with mathematical methods as a tool in solving economic problems.</p> <p>4. Қысқаша мазмұны: Экономикадағы математикада жаппай кездейсоқ құбылыстарды математикалық сипаттаудың жалпы сұрақтарымен, экономикалық ғылымда математикалық модельдер мен әдістерді қолдану мәселелерін, эксперименталды деректерді өңдеу әдістерін, кәсіпорындарында экономика және басқару бойынша ақпараттық технологияларды және қолданбалы бағдарламалық құралдарды қолданады. Short content: random phenomena in mathematics in Economics, problems of application of mathematical models and methods in Economics, methods of experimental data processing, decision-making, teach students to implement mathematical methods and models</p> <p>5. Құзыреттілігі: жүйелік талдау және математикалық үлгілеу әдістерін қолдана отырып, әлеуметтік-экономикалық проблемалар мен процестерді талдау</p> <p>Компетенции: навыки при решении профессиональных задач анализировать социально-экономические проблемы и процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования competences: skills in solving professional problems to analyze socio-economic problems and processes using the methods of system analysis and mathematical modeling</p> <p>6. Күтілетін нәтижелер: Пәнді меңгеру нәтижесінде студенттер:- студенттердің қолданбалы экономикалық бағытын күшейте отырып, іргелі математикалық дайындық деңгейін арттыру; - теориялық материалды меңгеру;- экономикалық есептерді шешудегі құрал ретінде математикалық әдістерді қолдана білу.</p>	<p>Аскарлова Г. Т.ғ.к., аға оқытушы</p> <p>Аскарлова Г. к.т.н., старший преподаватель</p> <p>Askarova G Candidate of technical sciences, senior lecturer</p>
----	----------------------------	---------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	--------------	--	--

M 4	БПЖК/ БД ВК/ ОС HSC	Men 220/ Men 220 / Man 220	Менеджмент/ Менеджмент/ Management	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	тест/тест/test	<p>Aim of the discipline: The purpose of this course is to form a set of practical knowledge and skills of organization and effective management of the company, taking into account the influence of various internal and external factors.</p> <p>4. Қысқаша мазмұны: Басқару ғылымының негізгі әдістері. Менеджменттің мәні және қағидалары. Қазақстандағы менеджменттің әдістемелік негіздері. Ұйымдарту сінгі және түрлері. Ұйымның ішкі және сыртқы ортасы. Менеджменттің ақпаратпен қамтамасыз етілуі. Менеджменттегі коммуникация. Менеджменттегі басқарушылық шешімдер. Басқарудың экономикалық әдістері. / краткое содержание: Предмет и метод науки управления. Сущность и принципы менеджмента. Методологические основы менеджмента в Казахстане. Понятие и виды организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Информационное обеспечение менеджмента. Коммуникации в менеджменте. Управленческие решения в менеджменте. Экономические методы управления. Short content: Subject and method of management science. Essence and principles of management. Methodological basis of management in Kazakhstan. Concept and types of organization. Internal and external environment of the organization. решения управленческих задач: competences: - the ability to design the organizational structure, to carry out the distribution of powers and responsibilities on the basis of their delegation; - the ability to use the basic theories of motivation, leadership and power to solve management problems Information support of management. Communication in management. Management decisions in management. Economic management methods. 5. Құзыреттілігі: ұйымдастыру құрылымын жобалау қабілеті, т. өкілеттіктер мен жауапкершілікті бөлу негізінде жүзеге асыру; - басқару міндеттерін шешу үшін мотивацияның, көпбасшылықтың және биліктің негізгі теорияларын қолдану қабілеті/компетенции: - способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования; - способность 6. Күтілетін нәтижелер: Басқару саласында болашақ мамандардың тануына ықпал ететін "менеджмент" пәнінің әдістемесі мен әдістемесін меңгеру, оқытылатын пәннің негізгі категорияларын меңгеру. Теориялық білімді практикада қолдана білу және олардың кәсіби міндеттерді шешуде маңызы мен рөлін түсіну. Іздеу, жинау, талдау және жүйелеу арқылы дәлелдер жасап, шешім қабылдау. Ожидаемые результаты: Владеть методологией и методикой дисциплины «менеджмент», способствующей, познанию будущими специалистами в области управления, владеть основными категориями изучаемой дисциплины. Уметь применять теоретические знания на практике и понимать их назначение и роль в решении профессиональных задач. Вырабатывать, аргументы и принимать решения, посредством поиска, сбора, анализа и систематизации. Expected results: To master the methodology and methodology of the discipline "management", contributing to the knowledge of future specialists in the field of management, to own the main categories of the discipline. Be able to apply theoretical knowledge in practice and understand their purpose and role in solving professional problems. Develop arguments and make decisions through search, collection analysis and systematization. 5. Құзыреттілігі: Стандартты және стандартты емес жағдайларда шешім қабылдау, олар үшін жауапкершілік. Кәсіби міндеттерді тиімді орындау, кәсіби және жеке даму үшін қажетті ақпаратты іздестіруді және пайдалануды жүзеге асыру. Компетенции: должен уметь: Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Competences: To make decisions in standard and non-standard situations, to be responsible for them. To search and use the information necessary for effective performance of professional tasks, professional and personal development 6. Күтілетін нәтижелер: Пәнді оқу нәтижесінде студенттер нарықта еркін бағдарлануы, өз ісінің максаттарын анықтай білуі және стратегиясын әзірлей білуі, нақты тауар нарықтары туралы ақпаратты талдай білуі және кәсіпорынның экономикалық тиімділігін бағалау әдісімен дұрыс шешім қабылдай білуі тиіс. Өз қызметін ұйымдастыру, кәсіби міндеттерді орындаудың тиімді әдістері мен тәсілдерін анықтау, олардың тиімділігі мен сапасын бағалау. ожидаемые результаты В результате изучения дисциплины студенты должны свободно ориентироваться на рынке, уметь определять цели и разрабатывать стратегию собственного дела, уметь анализировать информацию о конкретных товарных рынках и принимать верные решения методом оценки экономической эффективности предприятия. Организовывать собственную деятельность, определять типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. Expected results: As a result of studying the discipline, students should be able to freely navigate the market, be able to define goals and develop a strategy of their own business, be able to analyze information about specific product markets and make the right decisions by assessing the economic efficiency of the enterprise. To organize own activity, to define standard methods and ways of performance of professional tasks, to estimate their efficiency and quality</p>	<p>Утегенова К.А., экономика ғылымдарының кандидаты, университеттің қауымд. профессоры</p> <p>Утегенова К.А., к.э.н., ассоц. профессор университета</p> <p>Utegenova K. A., Candidate of Economics, Associate Professor of the University</p>
-----	---------------------------	----------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	----------------	---	---

M7	БП ЖК/ БД ВК/ BD HSC	KE3206/ EP3206/ EE3206	Кәсіпорын экономикасы/ Экономика предприятия/ Enterprise economy	6	1	5	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша-ауызша/письменно-устно/ written form-orally	<p>1.Пререквизиттері: Статистика, эконометрика,экономика және бизнес негіздері. Пререквизиты: Статистика, эконометрика, Основы бизнеса и экономики.Prerequisites: Statistics, econometrics, Basics of business and Economics.</p> <p>2.Постреквизиттері:Әкімшілік менеджмент, Мемлекеттік мекемелердің заманауи құрылымы. Стратегиялық менеджмент постреквизиты: Административный менеджмент, Современные структуры государственных учреждений. Стратегический менеджмент / postrekvizites:Administrative management, Modern structures of state institutions. Strategic management</p> <p>3. Пәннің мақсаты:Кәсіпорынның жұмыс істеуінің шаруашылық механизмін және оның қызметінің қаржылық нәтижелерін зерттеу. Цель дисциплины: Изучить хозяйственный механизм функционирования предприятия и финансовые результаты его деятельности. /aim of the discipline:To study the economic mechanism of functioning of the enterprise and financial results of its activity.</p> <p>4. Қысқашамазмұны: Кәсіпорыншаруашылықобъектісіретінде. КазакстанРеспубликасыэкономикасыныңдамусипаттамасыжәнеонымемлекеттікқреттеу. Өндірістіңэкономикалықжәнеәлеуметтіктіімділігі. Кәсіпорынныңнегізгікапиталы. Шикізат, материалдық және отын-энергетикалық ресурстар. Айналым капиталы. Еңбек ресурстары. Кәсіпорынның инвестициялық және инновациялық саясаты. Табыс және өндіріс рентабельділігі. Кәсіпорын қаржысы</p> <p>Краткое содержание: Предприятие как объект хозяйства. Характеристика развития экономики Республики Казахстан и ее государственное регулирование.Экономическая и социальная эффективность производства. Основной капитал предприятия. Сырьевые, материальные и топливно-энергетические ресурсы.оборотный капитал. Трудовые ресурсы. Оплаты труда. Инвестиционная и инновационная политика предприятия. Прибыль и рентабельность производства. Финансыпредприятия/shortcontent: The enterprise as an object of economy. Characteristics of the economy of the Republic of Kazakhstan and its state regulation.Economic and social efficiency of production. The share capital of the company. Raw materials, material and fuel and energy resources. Working capital. Labor. Salary. Investment and innovation policy of the enterprise. Profit and profitability of production. Enterprise Finance</p> <p>5.Құзыреттілігі:Стандартты және стандартты емес жағдайларда шешім қабылдау, олар үшін жауапкершілік. Кәсіби міндеттерді тиімді орындау, кәсіби және жеке даму үшін қажетті ақпаратты іздестіруді және пайдалануды жүзеге асыру. Компетенции: должен уметь: Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Competences: To make decisions in standard and non-standard situations, to be responsible for them. To search and use the information necessary for effective performance of professional tasks, professional and personal development.</p> <p>6. Күтілетіннәтижелер:Пәнді оқу нәтижесінде студенттер нарықта еркін бағдарлануы, өз ісінің мақсаттарын анықтай білуі және стратегиясын әзірлей білуі, нақты тауар нарықтары туралы ақпаратты талдай білуі және кәсіпорынның экономикалық тиімділігін бағалау әдісімен дұрыс шешім қабылдай білуі тиіс. Өз қызметін ұйымдастыру, кәсіби міндеттерді орындаудың типтік әдістері мен тәсілдерін анықтау, олардың тиімділігі мен сапасын бағалау. ожидаемые результаты В результате изучения дисциплины студенты должны свободно ориентироваться на рынке, уметь определять цели и разрабатывать стратегию собственного дела, уметь анализировать информацию о конкретных товарных рынках и принимать верные решения методом оценки экономической эффективности предприятия. Организовывать собственную деятельность, определять типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. Expectedresults :As a result of studying the discipline, students should be able to freely navigate the market, be able to define goals and develop a strategy of their own business, be able to analyze information about specific product markets and make the right decisions by assessing the economic efficiency of the enterprise. To organize own activity, to define standard methods and ways of performance of professional tasks, to estimate their efficiency and quality.</p>	<p>ТалапбаеваГ.Е. экономика ғылымдарының кандидаты, университеттің қауымд. профессоры</p> <p>Талапбаева Г.Е. к.э.н., ассоц. профессор университета</p> <p>Talapbayevag. E. Candidate of Economics, Associate Professor of the University</p>
----	----------------------------	------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	--	---	--



M6	БПДЖК/ БД ВК/ OS HSC	MZCT32 07/ MISA320 7/ MRSA32 07	Маркетингтік зерттеулер және ситуациялық талдау/ Маркетинговые исследования и ситуационный анализ/ Marketing research and situational analysis	5	1	6	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттері: (мектеп курсы) Кәсіпорын экономикасы</p> <p>2.Постреквизиттері: Интернет маркетинг, бәсекелестік, басқару шешімдерін әзірлеу, фирманы басқару</p> <p>Пререквизит: Экономика предприятия</p> <p>постреквизиты: Интернет маркетинг, Конкуренция, Разработка управленческих решений, Управление фирмой;</p> <p>Postrekvizites: Internet marketing, Competition, development of management decisions, company Management</p> <p>3.Пәннің мақсаты: маркетингтің теориялық негіздері мен ұғымдық аппаратын зерттеу, фирмалар мен компаниялардың қызметінде маркетинг элементтері мен принциптерін қолдану бойынша практикалық дағдыларды меңгеру; цель дисциплины: : изучение теоретических основ и понятийного аппарата маркетинга, овладение практическими навыками по применению элементов и принципов маркетинга в деятельности фирм и компаний; aim of the discipline: the study of the theoretical foundations and conceptual apparatus of marketing, mastering practical skills in the application of elements and principles of marketing in the activities of firms and companies</p> <p>4. Қысқаша мазмұны: Маркетингтің мақсаттары, функциялары, принциптері, қағидалары, түрлері. Маркетингтік орта (макроорта, микроорта). Маркетингтік зерттеулер: түсінігі, кезеңдері, бағыттары. Зерттеу әдістері. Зерттеу құралдары. Аудиториямен байланысу әдістері. Сандық және сапалық зерттеулер. Тұтынушылар рыногін саралау. Өндірісте пайдалануға арналған тауарлар рыногін саралау. / краткое содержание: Цели, функции, принципы, виды маркетинга. Маркетинговая среда. Факторы макросреды (демографические, природные, экономические, политико-правовые, культурные, технологические).</p> <p>5. Құзыреттілігі: - ұйымдастыру құрылымын жобалау қабілеті, негізгі мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач: competences: - the ability to design the organizational structure, to carry out the distribution of powers and responsibilities on the basis of their delegation; - the ability to use the basic theories of motivation, leadership and power to solve management problems.</p> <p>6. Күтілетін нәтижелер: Басқару саласында болашақ мамандардың тануына ықпал ететін "менеджмент" пәнінің әдістемесі мен әдістемесін меңгеру, оқытылатын пәннің негізгі категорияларын меңгеру. Теориялық білімді практикада қолдана білу және олардың кәсіби міндеттерді шешуде маңызы мен рөлін түсіну. Іздеу, жинау, талдау және жүйелеу арқылы дәлелдер жасап, шешім қабылдау. Ожидаемые результаты: Овладеть методологией и методикой дисциплины «менеджмент», способствующей, познанию будущими специалистами в области управления, владеть основными категориями изучаемой дисциплины. Уметь применять теоретические знания на практике и понимать их назначение и роль в решении профессиональных задач. Вырабатывать аргументы и принимать решения, посредством поиска, сбора, анализа и систематизации.</p> <p>Expected results: To master the methodology and methodology of the discipline "management", contributing to the knowledge of future specialists in the field of management, to own the main categories of the discipline. Be able to apply theoretical knowledge in practice and understand their purpose and role in solving professional problems. Develop arguments and make decisions through search, collection, analysis and systematization.</p>	<p>Смагулова Ж.Б. Э.ғ. магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б. эк. магистр, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B. Master of economy, senior lecturer</p>
----	----------------------------	--	--	---	---	---	------------------------------	------	--	---



M7	БП ЖК/ БД КВ/ ВД СС	SB 4208 SU 4208 SM 4208	Стратегический маркетинг/ Стратегиялық маркетинг/Strategic marketing	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпкерлік</p> <p>2.Постреквизиттер: маркетингтік жоспарлау және аудит</p> <p>3.Пәннің мақсаты: кәсіпорын қызметін басқару процесінде стратегиялық маркетингтің рөлін көрсету, маркетингтің аналитикалық аспектілерін зерттеуге, нарыққа бағытталған кәсіпорынды дамыту стратегиясын әзірлеу үшін маркетингтік ақпаратты алу және талдау процесіне ықпал ету.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: стратегиялық маркетингтің мәні. Қажеттіліктерді талдау және базалық нарықты анықтау.. Кәсіпорынның бәсекелестігі мен бәсекеге қабілеттілігін талдау.. Нарықтық стратегияны қалыптастыру. Стратегиялық маркетингтің мақсаттары. Стратегиялық маркетингтің аналитикалық бағыты.Нарықтық бағдарлау стратегиясының түсінігі.Стратегиялық маркетингтің мәні.Стратегиялық және операциялық маркетингтің байланысы. Маркетингтік зерттеулер және олардың стратегиялық маркетингтегі рөлі. Маркетингтік зерттеулердің бағыттары, түрлері және әдістері. Стратегиялық маркетинг кезеңдері</p> <p>5.Құзыреттіліктер: әзірленген бағдарламаға сәйкес дербес зерттеулер жүргізу қабілеті; жүргізілген зерттеу нәтижелерін ғылыми есеп, мақала немесе баяндама түрінде ұсыну қабілеті; ғылыми зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқару үшін сандық және сапалық әдістерді пайдалану қабілеті; бизнес-процестерді басқару және олардың тиімділігін бағалау үшін аналитикалық материалдарды дайындау қабілеті</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент білуі керек: - Стратегиялық маркетинг шеңберіндегі қажеттіліктерді, бизнес мүмкіндіктері мен бәсекелестікті талдау ерекшеліктері; - кәсіпорында нарыққа бағытталған даму стратегиясын әзірлеу ерекшеліктері. білуі керек: - нарықтық жағдайды бағалау; - маркетингтік зерттеулер жүргізу; - кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалау және оны арттыру.</p> <p>1.Пререквизиты:Предпринимательство</p> <p>2.Постреквизиты:Маркетинговое планирование и аудит</p> <p>3.Цель дисциплины: показать роль стратегического маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, содействие изучению аналитических аспектов маркетинга, процесса получения и анализа маркетинговой информации для разработки ориентированной на рынок стратегии развития предприятия.</p>	<p>Смагулова Ж.Б. Э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B. Master of economy, senior lecturer</p>
----	---------------------------	-------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	------	---	--

										<p>4.Содержание дисциплины:Сущность стратегического маркетинга. Анализ потребностей и определение базового рынка.. Анализ конкуренции и конкурентоспособности предприятия.. Формулирование рыночной стратегии.Цели стратегического маркетинга. Аналитическая ориентация стратегического маркетинга.Понятие стратегии рыночной ориентации.Сущность стратегического маркетинга.Взаимосвязь стратегического и операционного маркетинга. Маркетинговые исследования и их роль в стратегическом маркетинге. Направления, типы и методы маркетинговых исследований. Этапы стратегического маркетинга</p> <p>5.Компетенции:способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами;способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности</p> <p>6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: должен знать: - особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга; - особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии. должен уметь: - оценивать рыночную ситуацию; - проводить маркетинговыеисследования; - оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее.</p> <p>1.Prerequisites:Entrepreneurship</p> <p>2.Post-requirements:Marketing planning and audit</p> <p>3.The purpose of the discipline: to show the role of strategic marketing in the process of managing the activities of the enterprise, to promote the study of analytical aspects of marketing, the process of obtaining and analyzing marketing information for the development of a market-oriented strategy for the development of the enterprise.</p> <p>4. The content of the discipline: The essence of strategic marketing. Needs analysis and definition of the underlying market.. Analysis of competition and competitiveness of the enterprise.. Formulation of a market strategy. Strategic marketing goals. Analytical orientation of strategic marketing.The concept of a market orientation strategy.The essence of strategic marketing.The relationship between strategic and operational marketing. Marketing research and its role in strategic marketing. Directions, types and methods of marketing research. Stages of strategic marketing</p> <p>5.Competencies: the ability to conduct independent research in accordance with the developed program; the ability to present the results of the research in the form of a scientific report, article or report; the ability to use quantitative and qualitative methods for conducting scientific research and managing business processes; the ability to prepare analytical materials for managing business processes and evaluating their effectiveness</p> <p>6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: should know: - features of the analysis of needs, business opportunities and competition in the framework of strategic marketing; - features of the development of a market-oriented development strategy at the enterprise. must be able to: - assess the market situation; - conduct marketing research; - assess the competitiveness of the enterprise and improve it.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

M6	БeП ЖК / ПД KB/ MSCC	KMT 4301 EKM 4301 ECM 4301	Корпоративтік маркетингтің тиімділігі/Эффективность корпоративного маркетинга /Effectiveness of corporate marketing	5	4	7	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпорын экономикасы</p> <p>2.Постреквизиттер: қызмет көрсету маркетингі</p> <p>3.Пәннің мақсаты: бакалаврларды нарықтық шаруашылық жағдайында кәсіпорындардың перспективалық маркетингтік қызметінің әртүрлі аспектілерін қозғайтын стратегиялық және тактикалық (жедел) шешімдерді өз бетінше қабылдауға дайындау; маркетингті басқару процесін түсіну шеңберінде кәсіпорынның маркетингтік талдау принциптері мен әдістерін меңгеру.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: маркетинг шығындарының сипаты мен жіктелуі. Маркетингтік қызметтің мақсатты көрсеткіштері. Өнімді өндіру және сату тиімділігін талдау. Сату жоспарының орындалуын және оның пайдаға әсерін талдау. Шығындарды талдау-шығару-пайда. Шығынсыздық көрсеткіштері және олардың маркетингте қолдану. Саудадағы маркетингтік шешімдерді талдау. Промоакциялардың тиімділігі. Баға және тарату саласындағы маркетингтік шешімдерді экономикалық бағалау. Шекті шығындар бойынша калькуляцияны қолдана отырып, ағымдағы маркетингтік шешімдердің экономикалық тиімділігін бағалау. Клиенттердің кірістілігін талдау. Ұзақ мерзімді маркетингтік шешімдердің тиімділігін бағалау.</p> <p>5.Құзыреттер: пән басқарушылық шешімдер қабылдау үшін қажетті маркетингтік талдау саласындағы құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған: корпоративтік стратегияны, ұйымдық даму және өзгерістер бағдарламаларын әзірлеу және оларды іске асыруды қамтамасыз ету қабілеті; инвестициялық шешімдерді маркетингтік негіздеу дағдыларын меңгеру.</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: білу: ұйымның (кәсіпорынның) проблемаларын Стратегиялық талдау және оларды шешудің оңтайлы нұсқаларын таңдау.білу: ұйымның (кәсіпорынның) тактикасы мен стратегиясын әзірлеу, олардың оңтайлылығын болжау және бағалау. Коммерция, Маркетинг, Логистика, жарнама немесе тауартану салаларында жоспарлау және шешім қабылдау; олардың тиімділігін бағалау.</p> <p>1.Пререквизиты:Экономика предприятия</p> <p>2.Постреквизиты:Маркетинг в сфере услуг</p> <p>3.Цель дисциплины:подготовка бакалавров к самостоятельному принятию стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий в рыночных условиях хозяйствования; овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятия в рамках понимания процесса управления маркетингом.</p> <p>4.Содержание дисциплины:Характер и классификация затрат на маркетинг. Целевые показатели маркетинговой деятельности.Анализ эффективности производства и продаж продуктов. Анализ выполнения плана продаж и его влияния на прибыль.Анализ затраты-выпуск-прибыль. Метрики безубыточности и их использование в маркетинге.Анализ маркетинговых решений в торговле. Эффективность промоакций.Экономическая оценка маркетинговых решений в области ценообразования и распределения.Оценка экономической эффективности текущих маркетинговых решений с использованием калькуляции по предельным издержкам.Анализ прибыльности клиентов.Оценка эффективности долгосрочных маркетинговых решений.</p> <p>5.Компетенции:Дисциплина нацелена на формирование компетенций в области маркетингового анализа, необходимых для принятия управленческих решений: Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; Владеть навыками маркетингового обоснования инвестиционных решений.</p> <p>6.Ожидаемые результаты:знать:Стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения.уметь:Разрабатывать тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозировать и оценивать их оптимальность. Планировать и принимать решения в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценивать их эффективность.</p>	<p>Култанова Н.Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Култанова Н.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Kultanova N.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>
----	-------------------------------	---	---	---	---	---	------------------------------	------	---	--

									<p>1.Prerequisites:The economy of the enterprise</p> <p>2.Post-requirements:Marketing in the service sector</p> <p>3. The purpose of the discipline: preparation of bachelors for independent adoption of strategic and tactical (operational) decisions affecting various aspects of promising marketing activities of enterprises in market conditions of management; mastering the principles and methods of marketing analysis by an enterprise within the framework of understanding the marketing management process.</p> <p>4. The content of the discipline: The nature and classification of marketing costs. Target indicators of marketing activities. Analysis of the efficiency of production and sales of products. Analysis of the implementation of the sales plan and its impact on profit. Cost-output-profit analysis. Break-even metrics and their use in marketing. Analysis of marketing decisions in trade. The effectiveness of promotions. Economic evaluation of marketing solutions in the field of pricing and distribution. Evaluation of the economic efficiency of current marketing solutions using marginal cost calculation. Customer profitability analysis. Evaluation of the effectiveness of long-term marketing solutions.</p> <p>5. Competencies: The discipline is aimed at the formation of competencies in the field of marketing analysis necessary for managerial decision-making: The ability to develop a corporate strategy, organizational development and change programs and ensure their implementation; Possess the skills of marketing justification of investment decisions.</p> <p>6. Expected results:know: Strategic analysis of the problems of the organization (enterprise) and the choice of optimal solutions.be able to: Develop tactics and strategies of the organization (enterprise), predict and evaluate their optimality. Plan and make decisions in the field of commerce, or marketing, or logistics, or advertising, or commodity science; evaluate their effectiveness.</p>	
M6	БөП ЖК / ПД КВ/ MSCC	MZNA 4302 MPA4302 MPA4302	Маркетингі жоспарлау және аудит/ Маркетинговое планирование и аудит /marketing planning and Audit	5	4	7	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: экономикалық талдау</p> <p>2.Постреквизиттер: B2B маркетингі</p> <p>3.Пәннің мақсаты: экономиканың әртүрлі салаларында маркетингі жоспарлау мен басқарудың ғылымы мен практикасының заманауи жетістіктері туралы білімді қалыптастыру, кәсіпорында маркетингінің тиімді аудиті мен басқаруын қамтамасыз ететін заманауи әдістерді, құралдар мен нысандарды игеру.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: маркетингтік жоспарлау Тұжырымдамасы, оның мазмұны және негізгі элементтері. Маркетинг жүйесіндегі нарықты жан-жақты зерттеу даму стратегиясын әзірлеу. Ұйым нарығын стратегиялық басқару барысында сыртқы және ішкі талдау.</p> <p>5.Құзыреттері: ұйымдардың операциялық (өндірістік) қызметін басқаруда шешімдер қабылдау әдістерін меңгеру, активтерді бағалау, айналым капиталын басқару, инвестициялық шешімдер қабылдау, қаржыландыру бойынша шешімдер қабылдау, дивидендтік саясат пен капитал құрылымын қалыптастыру үшін, оның ішінде жаһандану жағдайында әлемдік нарықтардағы операцияларға байланысты шешімдер қабылдау кезінде қаржылық менеджменттің негізгі әдістерін қолдану</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: білу: маркетингтік жоспарлауда шешім қабылдау әдістері білу: жоспарлау шеңберінде шешім нұсқаларын әзірлеу иелік ету: маркетингтік шешімдерді таңдау әдістері</p>	<p>Смагулова Ж.Б. Э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B. Master of economy, senior lecturer</p>

								<p>1.Пререквизиты:Экономический анализ</p> <p>2.Постреквизиты:В2ВМаркетинг</p> <p>3.Цель дисциплины: Формирование знаний о современных достижениях науки и практики планирования и управления маркетингом в разных областях экономики, освоение современных методов, инструментов и форм, обеспечивающих эффективный аудит и управление маркетингом на предприятии.</p> <p>4.Содержание дисциплины: Концепция маркетингового планирования, ее содержание и основные элементы. Комплексное исследование рынка в системе маркетинга Разработка стратегии развития.Внешний и внутренний анализ в ходе стратегического управления рынком организации.</p> <p>5.Компетенции:владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организацийумением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p> <p>6.Ожидаемые результаты:Знать: методы принятия решений в маркетинговом планировании Уметь: разрабатывать варианты решений в рамках планирования Владеть: методами выбора варианта маркетинговых решений</p>	
								<p>1.Prerequisites:Economic analysis</p> <p>2.Post-requirements:B2B Marketing</p> <p>3. The purpose of the discipline: The formation of knowledge about modern achievements of science and practice of marketing planning and management in various fields of economics, the development of modern methods, tools and forms that ensure effective audit and marketing management at the enterprise.</p> <p>4. Content of the discipline: The concept of marketing planning, its content and main elements. The essence and content of the marketing activity of the company The essence and content of the marketing activity of the company The essence and content of the marketing activity of the company Marketing information and marketing research Marketing information and marketing research Marketing information and marketing research Marketing planning and organization of marketing Comprehensive market research in the marketing system Comprehensive market research in the marketing system Comprehensive market research in the marketing system</p> <p>5.Competencies: knowledge of decision-making methods in the management of operational (production) activities of organizations, the ability to apply the basic methods of financial management for asset valuation, working capital management, investment decisions, financing decisions, the formation of dividend policy and capital structure, including when making decisions related to operations on world markets in the conditions of globalization</p> <p>6.Expected results: To know: methods of decision-making in marketing planning To be able to: develop options for solutions within the framework of planning To own: methods of choosing a variant of marketing solutions</p>	

Элективті пәндер

Модуль №	Пән циклы/ цикл дисциплины/ cycle of discipline	Пән коды/ Код дисциплины/ Code of discipline	Пән атауы/ Наименование дисциплины/ Name of discipline	Кредит саны/KZ/ Кол-во кредитов KZ/Number of credits KZ	Курсы/курс/course	Академиялық кезең/ Академический период/ Academic period	Бақылау түрі/ форма контроля/ form of control	Бақылаудың өту түрі (тест, жазбаша, ауызша,)/ вид контроля (тест, письменно, устно)/ type of control (test, written form, orally)	Пәннің сипаттамасы/ характеристика дисциплины/ characteristics of discipline:	Бағдарлама жетекшісінің аты-жөні, ғылыми атағы, дәрежесі/ ф.и.о. руководителя программы, ученая степень, звание / name, surname of the instructor of program, scientific degree, rank
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
M5	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	IM2204/ IM2204/ IM2204	Инновациялық менеджмент/ Инновациялық менеджмент/ Innovation management	5	2	3	емтихан/ экзамен/ exam	Тест	<p>1.Пререквизиттері/пререквизиты/ prerequisites</p> <p>2. Постреквизиттері/ постреквизиты/ postrekvizites</p> <p>3. Пәннің мақсаты/цель дисциплины/aim of the discipline</p> <p>4. Қысқаша мазмұны/ краткое содержание/shortcontent</p> <p>5. Құзыреттілігі/ компетенции/competences</p> <p>6. Күтілетін нәтиже/ ожидаемые результаты/ expectedresults</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Мусаева G.I Master of economy, senior lecturer</p>

M 5	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	TM2204/ TM2204/ TM2204	Тайм менеджмент/ Тайм менеджмент/ Time management	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиті: Макроэкономика 2.Постреквизиті: Кәсіпорын стратегиясы 3.Мақсаты: Экономиканың барлық салаларының кәсіпорындарында және оның деңгейінде істейтін менеджерлер негізгі өндірісті және өндірістік инфрақұрылымды ұйымдастыру, жоспарлау қағидалары бойынша менеджменттің функциясы мен қағидаларын оқудың негізінде терең теориялық білімі болуы қажет. 4.Қысқаша мазмұны: Кәсіпорындағы менеджмент деңгейі нарық жағдайында оның бәсекеге қабілеттілігін анықтайды. Жұмыс уақытын тиімді пайдалану үшін инновациялық технологияларды енгізу. Тайм-Драйф әдістемесі. Life менеджмент және өмірлік мақсаттар. Уақытты басқару құпиялары. 5.Құзыреттілігі: Нарықтық қатынастардың тереңдеуі мен дамуының қазіргі жағдайы өндірісті ұйымдастыру мен басқарудың теориялық білім алу мен тәжірибелік дағдыларын игеру қажеттілігін туындатады. 6.Күтілетін нәтиже: Тайм-менеджмент жайлы ойланып, уақытты бағалауды және бір минут болсын уақытты босқа жоғалтпауды үйрену қажет.</p> <p>1.Пререквизиты: Макроэкономика 2.Постреквизиты: Стратегия предприятия 3.Цель: Менеджеры, работающие на предприятиях всех уровней экономики и на их уровне, должны обладать глубокими теоретическими знаниями на основе принципов и принципов управления и организации производственно-производственной инфраструктуры.4.Краткое содержание: Уровень управления на предприятии определяет его конкурентоспособность на рынке. Внедрение инновационных технологий для эффективного использования рабочего времени. Метод времени-Дрейф. Life менеджмент и жизненные цели. Тайны управления временем. 5.Компетенции: Нынешнее состояние развития рыночных отношений требует приобретения теоретических знаний и практических навыков в организации и управления производством. 6.Ожидаемые результаты:Думая об управлении временем, пришло время оценить и не потерять время впустую.</p> <p>1.Prerequisites: Macroeconomics 2.Postrequest: The strategy of the enterprise 3. Objective: Managers working at enterprises of all levels of the economy and at their level should have in-depth theoretical knowledge on the basis of principles and principles of management and organization of industrial and production infrastructure.4. Brief content: The level of management at an enterprise determines its competitiveness in the market. Introduction of innovative technologies for effective use of working time. Time method-Drift. Life management and life goals. Secrets of time management. Competencies: The current state of development of market relations requires the acquisitionof theoretical knowledge and practical skills in the organization and management of production. Expected results: Thinking about time management, it's time to evaluate and not waste time.</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Mysaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
--------	---------------------------	------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	---	--	--



M4	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	KZH2202/L O2202/ LR2202	Көшбасшылық және жауапкершілік / Лидерство и ответственност ь/Leadership and responsibility	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиті: Персоналды басқару, Менеджменттің теориясы мен әдістемесі. Өндірісті ұйымдастыру.</p> <p>2.Постреквизиті: Ғылыми-зерттеу жұмысы, магистрлік жоба</p> <p>3.Мақсаты: :Көшбасшылық және жауапкершілік бойынша негізгі түсініктермен магистранттарды таныстыру, олардың биілік арасындағы еркшеліктермен, алатын орындары туралы ақпарат беру..</p> <p>4.Қысқаша мазмұны:Көшбасшылық және жоғарғы тиімділік: жалпы типологиялары және негізгі мазмұны..Көшбасшылықтың жалпы типологиясы..Көшбасшылық теориялары және беделдік формалары..Көшбасшының іс жүргізу бағыттары және орындайтын функциялары..Басқару және билік.Билік түрлерінің негізгілері. Формальды және шынайы билік. Басқару және лидерлік әлеуметтік феномен ретінде. Көшбасшының қасиеттері. .Басқарудың негізгі қызметтері. Лидерліктің негізгі теориясы..Басқарушының кәсіби негізгі қасиеттерін талдау.</p> <p>5.Құзыреттілігі: Көшбасшының теориялық және тәжірибиелік негіздерін меңгеру; Басқару теориясы мен тәжірибесінде көшбасшының шешетін мәселелерінің, қабылданатын басқарушылық шешімдердің сапасына қойылатын талаптарды, басқарушылық шешімдердің сапасы мен тиімділігін көтеру мәселелері бойынша дағдыларын жетілдіру. Ұйымдарының қызметі басқаруда стратегиялық, тактикалық және жедел шешімдер қабылдау әдістерін меңгеру,жеке және кәсіби өзін-өзі дамытуға ұмтылу, әлеуметтік маңызы бар мәселелерді талдау ;қазіргі қоғам мен экономикалық білімді дамытудағы ақпарат пен ақпараттық технологиялардың рөлі мен маңызын түсіну</p> <p>6.Күтілетін нәтиже: Жеке және жеке тұлғаларға әсер етудің заманауи технологияларыұйымдағы топтық мінез-құлық; Адам басқарудың заманауи құралдарынресурстармен; Іскерлік қарым-қатынас дағдылары.; Іскерлік мансапты жоспарлау әдістері.</p> <p>1.Пререквизит: Управление персоналом, теория и методика менеджмента. Организация производства.</p> <p>2. Постреквизит: научно-исследовательская работа, магистерский проект</p> <p>3. цель:: ознакомить магистрантов с основными понятиями по лидерству и ответственности, дать информацию о местах, где они занимают, с учетом их высокого уровня..</p> <p>4. Краткое содержание: лидерство и высокая эффективность: общие типологии и основное содержание..Общая типология лидерства..Теории лидерства и формы авторитета..Направления делопроизводства и выполняемые функции руководителя..Управление и власть.Основные виды власти. Формальная и подлинная власть. Управление и лидерство как социальный феномен. Качества лидера. .Основные функции управления. Основная теория лидерства..Анализ основных профессиональных качеств управленца.</p> <p>5. Компетентность: овладение теоретическими и практическими основами руководителя; совершенствование навыков в теории и практике Управления по вопросам повышения качества решаемых руководителем проблем, требований к качеству принимаемых управленческих решений, качества и эффективности управленческих решений. Владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций, стремиться к личному и профессиональному саморазвитию, анализировать социально значимые проблемы; понимать роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний</p> <p>6. Ожидаемый результат: современные технологии воздействия на личность и личность; групповое поведение в организации; современные средства управления человеком; навыки делового общения.; Методы планирования деловой карьеры.</p>	<p>Муханова А.Е., э.ғ.к, қауымастырылған профессор,</p> <p>Муханова А.Е к.э.н, ассоциированный профессор</p> <p>Mukhanova А.Е. Candidate of Economics, Associate Professor</p>
----	---------------------------	-------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	---	--	--

									<p>1.Prerequisite: Personnel management, theory and methodology of management. Organization of production.</p> <p>2. Post-requirement: research work, master's project</p> <p>3. purpose:: to familiarize undergraduates with the basic concepts of leadership and responsibility, to give information about the places where they occupy, taking into account their high level..</p> <p>4. Summary: leadership and high efficiency: general typologies and main content..The general typology of leadership..Theories of leadership and forms of authority..The directions of office work and the functions performed by the head..Management and power.The main types of power. Formal and genuine power. Management and leadership as a social phenomenon. Qualities of a leader. .Basic management functions. The basic theory of leadership..Analysis of the main professional qualities of a manager.</p> <p>5. competence: mastering the theoretical and practical foundations of the head; improving skills in the theory and practice of Management on improving the quality of problems solved by the head, requirements for the quality of management decisions, the quality and effectiveness of management decisions. Master the methods of making strategic, tactical and operational decisions in the management of organizations, strive for personal and professional self-development, analyze socially significant problems; understand the role and importance of information and information technologies in the development of modern society and economic knowledge</p> <p>6. expected result: modern technologies of influence on personality and personality; group behavior in the organization; modern means of human management; business communication skills.; Methods of planning a business career.</p>	
M4	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	ARB2202/U ZHR2202/ HRM2202	Адами ресурстарды басқару/ Управление человеческими ресурсами/Hu man resource management	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>Краткое описание курса: Человеческие ресурсы трудовой деятельности. Методология организации системы управления человеческими ресурсами. Кадровая политика организации. Кадровое планирование организации. Найм и прием персонала. Отбор кадров. Профессиональная ориентация и адаптация персонала. Деловая карьера и ее развитие. Мотивация персонала организации</p> <p>Ожидаемые результаты: студент должен изучить целостную систему знаний об управлении человеческими ресурсами.</p> <p>Prerequisites: Management</p> <p>Post-requirements: Motivation and evaluation of employees</p> <p>Objective: to develop students' economic thinking based on the study of theoretical and practical aspects in the field of personnel policy management of the organization, the development and justification of a system of measures for real and effective personnel management.</p> <p>Brief description of the course: Human resources of labor activity. Methodology of the organization of the human resource management system. Personnel policy of the organization. HR planning of the organization. Hiring and hiring staff. Selection of personnel. Professional orientation and adaptation of personnel. Business career and its development. Motivation of the organization's staff</p> <p>Expected results: The student should study a holistic system of knowledge about human resource management.</p>	<p>Абдимомынова А.Ш. к.э.н., доцент</p> <p>Абдимомынова А.Ш к.э.н., доцент Abdimominova A.Sh Candidate of Economics, Associate Professor</p>

M4	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	St2203/ St2203/ St2203	Статистика/ Статистика/Statistics	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>Пререквизиттер: Экономикалық теория Постреквизиттер: Кәсіпорын экономикасы</p> <p>Курстың қысқаша сипаттамасы: статистикалық әдістің мәні және оны әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестерді зерттеуге қолдану ерекшеліктері туралы түсінік беру. Бұл пән экономиканың жай-күйі мен дамуын, ұлттық байлықты, халықтың көбеюін, халықтың өмір сүру деңгейін сипаттайтын негізгі статистикалық көрсеткіштерді құрудың мақсаты мен әдістерін ашады. Курс Жалпы Статистика теориясынан және әлеуметтік-экономикалық статистикадан тұрады.</p> <p>Күтілетін нәтижелер: А. білім алушылар статистикалық әдістің мәні және оны әлеуметтік-экономикалық құбылыстар мен процестерді зерттеуде қолдану ерекшеліктері туралы түсінікке ие болуы керек. В. деректерді жинау және топтау әдістерін білу, Сандық Материалды өңдеу С. статистикалық популяцияны талдауды жүзеге асыру, экономикада болып жатқан құбылыстар мен процестер арасындағы байланысты орнату D. статистикалық әдістер мен білімді практикада қолдануды негіздеу. Е. жеке даму және кәсіби өзін-өзі тәрбиелеу қажеттілігін жүзеге асыру</p> <p>Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Экономика предприятия</p> <p>Краткое описание курса: дать представление о сущности статистического метода и особенностях его применения к изучению социальноэкономических явлений и процессов. В этой дисциплине раскрываются назначение и методы построения основных статистических показателей, которые описывают состояние и развитие экономики, национальное богатство, воспроизводство населения, уровень жизни населения. Курс состоит из общей теории статистики и социально-экономической статистики.</p> <p>Ожидаемые результаты: А. обучающиеся должны иметь представление о сущности статистического метода и особенностях его применения в изучении социальноэкономических явлений и процессов. В. знать методы сбора и группировки данных, обработки цифрового материала С. осуществлять анализ статистической совокупности, устанавливать взаимосвязь между явлениями и процессами, происходящими в экономике D. обосновать применение статистических методов и знаний на практике. Е. реализовать потребность в личностном развитии и профессиональном самообразовании</p> <p>Prerequisites: Economic theory Post-requirements: Enterprise Economics</p> <p>Brief description of the course: to give an idea of the essence of the statistical method and the features of its application to the study of socio-economic phenomena and processes. This discipline reveals the purpose and methods of constructing the main statistical indicators that describe the state and development of the economy, national wealth, reproduction of the population, the standard of living of the population. The course consists of general theory of statistics and socio-economic statistics.</p> <p>Expected results: A. students should have an idea of the essence of the statistical method and the features of its application in the study of socio-economic phenomena and processes. B. know the methods of collecting and grouping data, processing digital material C. analyze statistical totality, establish the relationship between phenomena and processes occurring in the economy D. to substantiate the application of statistical methods and knowledge in practice. e. to realize the need for personal development and professional self-education</p>	Оралбаева А.К., к.э.н.  Оралбаева А.К., э.ғ.к.  Oralbayeva A.K., Candidate of Economic Sciences
----	---------------------------	------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	------------------------------	---	---	--

M4	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	ЕСА2203/ ITEC2203 /ITES St2203	Экономикалық саладағы ақпараттық технологиялар/ Информационные технологии в экономической сфере/Information technologies in the economic sphere	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша-ауызша/письменно-устно/written form-orally	<p>Пререквизиты: Экономикалық теория Постреквизиты: Ақпараттық жүйелерді жобалау Мақсаты: бағдарламалау технологиясы негіздерін оқу процесінде білім алушылардың іргелі теориялық және практикалық білімдерін игеру, есептеу техникасын қолданып есептерді өз бетінше шеше білу және дағдыларын қалыптастыру болып табылады. Мазмұны: бағдарламалау негіздерімен танысуға, жоғары деңгейлі бағдарламалау тілінде бағдарламаларды жобалау және әзірлеу принциптерін зерделеуге байланысты сұрақтар шеңберін қамтиды. Білімі: Бағдарламалау тілдерінің жіктелуін, деректер типтері, тілдің операциялары және операторларын біледі; Біліктілігі: Java тілінде тапсырмаларды шешу үшін алгоритмдерді және бағдарламаларды әзірлей біледі; Дағдысы: бағдарламаларды әзірлеу барысында жоғары дәлдіктегі нәтижелерді алуға, сондай-ақ олардың нәтижелерін басқа компьютерлік қосымшаларды қолдану кезінде алынған нәтижелермен салыстыруға дағдыланады; Құзыреттіліктер: Бағдарламалық қамтамасыз етуді әзірлеу, түрлендіру, бақылау қабілеті; құрылымы мен мазмұнын жобалау, қолданбалы бағдарламалық қамтамасыз ету, дерекқорлар, Web-беттер үшін бағдарламалық кодты жазу</p> <p>Пререквизиты: Экономическая теория Постреквизиты: Проектирование информационных систем Целью изучения дисциплины является приобретение обучающимися фундаментальных теоретических и практических знаний в процессе изучения основ технологии программирования, формирование умений и навыков самостоятельного решения задач с применением вычислительной техники. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с ознакомлением с основами программирования, изучением принципов проектирования и разработки программ на языке программирования высокого уровня. Знание: знает классификацию языков программирования; понятия типов данных, операций и операторов языка Java; Умение: умеет разрабатывать алгоритмы и программы на языке Java для решения задач; Навыки: имеет навыки в ходе разработки программ получать результаты высокой точности, а также сравнивать их результаты с результатами полученными при применении других компьютерных приложений; Компетенции: Способность разрабатывать, модифицировать, контролировать программное обеспечение; проектировать структуру и содержание, написание программного кода для прикладного программного обеспечения, баз данных, Web-страниц Prerequisites: Economic theory Post-requirements: Information systems design The purpose of studying the discipline is the acquisition by students of fundamental theoretical and practical knowledge in the process of studying the basics of programming technology, the formation of skills and abilities to independently solve problems using computer technology. The content of the discipline covers a range of issues related to familiarization with the basics of programming, studying the principles of designing and developing programs in a high-level programming language. Knowledge: knows the classification of programming languages; concepts of data types, operations and operators of the Java language; Skill: can develop algorithms and programs in Java to solve problems; Skills: has skills in the course of program development to obtain high accuracy results, as well as to compare their results with the results obtained when using other computer applications; Competencies: Ability to develop, modify, control software; design structure and content, writing software code for application software, databases, Web pages</p>	<p>Құлмырзаев Н.С., экономика ғылымдарының кандидаты</p> <p>Кулмырзаев Н. С., кандидат экономических наук</p> <p>Kulmyrzaev N. S., candidate of Economic Sciences</p>
----	---------------------------	---	---	---	---	---	------------------------------	--	---	---

M 4	БПЖК/ БДВК/ ОСНС	Kar 2204/ Fin2204/ Fin2204	Қаржы / Финансы/ Finance	5	1	3	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттері/Экономикалық теория/пререквизиты/ Экономическая теория/requisites:Economic theory</p> <p>2. Постреквизиттері/ Қаржы нарығы және делдалдарпостреквизиты/ Финансо вые рынки и посредники постреквизиты:Financial markets and intermediaries</p> <p>3. Пәннің мақсаты/ студенттердің қаржы саласындағы жүйелі білімін қалыптастыру, Қаржы теориясының барлық түсініктерінің өзара байланысын ашу, олардың ішкі логикасы және қаржылық қарым-қатынастың қызмет ету моделі.цель дисциплины формирования у студентов систематических знаний в области финансов, в раскрытии взаимосвязи всех понятий теории финансов, их внутренней логики и модели функционирования финансовых отношени.</p> <p>4. Қысқаша мазмұны/Қоғамдық ұдайы өндірудегі қаржы мәні, функциялары және рөлі. Қаржы жүйесі. Қаржылық саясат және қаржылық механизм. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржысы; Мемлекеттік қаржы. Салық және салық жүйесін ұйымдастыру. Мемлекеттік бюджет. Мемлекеттік бюджеттен тыс қорлар. Мемлекеттік несие және мемлекеттік қарыз. Үй шаруашылықтарының қаржысы. Сақтандыру. Экономиканы мемлекеттік қаржылық реттеу. Қаржы нарығы. Сыртқы экономикалық байланыстар жүйесіндегі қаржы. Қаржы және инфляция краткое содержание:Сущность, функции и роль финансов в общественном воспроизводстве. Финансовая система. Финансовая политика и финансовый механизм. Финансы хозяйствующих субъектов; Государственные финансы. Налоги и организация налоговой системы. Государственный бюджет. Государственные внебюджетные фонды. Государственный кредит и государственный долг. Финансы домашних хозяйств. Страхование. Государственное финансовое регулирование экономики. Финансовый рынок. Финансывсистемевнешнеэкономическихсвязей. Финансыинфляция/shortcontent:The essence, functions and role of Finance in social reproduction. Financial system. Financial policy and financial mechanism. Finances of economic entities; Public finances. Taxes and organization of the tax system. State budget. State extra-budgetary funds. Public credit and public debt. Household finances. Insurance. State financial regulation of the economy. Financial market. Finance in the system of foreign economic relations. Finance and inflation</p> <p>5. Құзыреттілігі: қаржы саласындағы білімі мен түсінігін көрсету, мемлекеттің қаржы қызметінің функциялары, әдістері; мемлекеттік қаржыны қалыптастыру, бөлу және пайдалануды ұйымдастыру әдістері; Қазақстан Республикасының бюджеттік жүйесінің түсінігі, мәні, негізгі принциптері./ компетенции:/ демонстрировать знание и понимание в области финансов, функции, методы финансовой деятельности государства; методы формирования, распределения и организации использования государственных финансов; понятие, сущность, основные принципы бюджетной системы Республики Казахстан. Competences:demonstrate knowledge and understanding in the field of Finance, functions, methods of financial activity of the state; methods of formation, distribution and organization of the use of public Finance; concept, essence, basic principles of the budget system of the Republic of Kazakhstan.</p> <p>6. Күтілетін нәтижелерМакрожәне микроденгейде қаржылық жағдайды жасау және бағалау, қаржылық тұрақтылық бұзылған жағдайда қысқартылған қаржылық қысымдарды бағалау, қажетті өтемақы резервтерінің қанда дағдыларын менгеру ем мүмкіндік береді. :ожидаем ырезультаты:Позволит овладеть навыками проведения составления и оценки финансового состояния на макро и микроуровне, оценки возможных финансовых потерь в случае нарушения финансовой устойчивости, определения необходимых компенсационных резервов. Expected results: It will allow you to master the skills of compiling and assessing the financial condition at the macro and micro level, assessing possible financial losses in case of violation of financial stability, determining the necessary compensation reserves.</p>	Мақенова А.А. экономика ымдарының кандидаты
										Мақенова А.А. к.э.н.
										Makenova A.A. Candidate of Economics

M 4	БПЖК/ БДВК/ ОС HSC	КМ 2204/ FM2204/ FM2204	Қаржылық менеджмент / Финансовый менеджмент/ Financialmanag ement	5	1	3	емтихан/эк замен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>Кустың пререквизиттері-Экономикалық теория Курстың постреквизиттері-банк менеджменті, Өндірістік менеджмент, Қаржылық жопарлау және бюджеттеу, инновациялық жобаларды бизнес-жоспарлау Пәнді оқытудың мақсаты - қаржы саласындағы басқару шешімдерін қабылдау практикасында пайдалану, қаржы менеджерінің кәсіби қызметінде қолданылатын экономикалық және қаржылық есеп айырысу технологиясын білу үшін макро және микро деңгейде қаржыны басқарумен байланысты мәселелер кешені туралы жалпы түсінік алу.</p> <p>Пәннің мазмұны: Қаржы менеджментінің негізгі ұғымдары, Қаржы менеджментінің терминологиясы мен базалық көрсеткіштері, кәсіпорынның қаржы механизмінің жұмыс істеуі, кәсіпкерлік тәуекелдерді басқару негіздері, стратегиялық Қаржы менеджменті, жедел-тактикалық Қаржы менеджменті.</p> <p>Пререквизиты курса – Экономическая теория Постреквизиты курса – Банковский менеджмент, Производственный менеджмент, Финансовое планирование и бюджетирование, Бизнеспланирование инновационных проектов</p> <p>Цели изучения дисциплины – получить общее представление о комплексе вопросов, связанных с управлением финансами на макро- и микроуровне с тем, чтобы использовать их в практике принятия управленческих решений в области финансов, знать технологию экономических и финансовых расчётов, применяемых в профессиональной деятельности финансового менеджера.</p> <p>Содержание дисциплины: основные понятия финансового менеджмента, терминология и базовые показатели финансового менеджмента, функционирование финансового механизма предприятия, основы управления предпринимательскими рисками, стратегический финансовый менеджмент, оперативно-тактический финансовый менеджмент.</p> <p>Course prerequisites – Economic Theory Post-requirements of the course – Banking management, Production management, Financial planning and budgeting, Business planning of innovative projects</p> <p>The purpose of studying the discipline is to get a general idea of the complex of issues related to financial management at the macro and micro levels in order to use them in the practice of making managerial decisions in the field of finance, to know the technology of economic and financial calculations used in the professional activity of a financial manager.</p> <p>The content of the discipline: the basic concepts of financial management, terminology and basic indicators of financial management, the functioning of the financial mechanism of the enterprise, the basics of business risk management, strategic financial management, operational and tactical financial management.</p>	<p>Макенова А.А. экономика ғылымдарының кандидаты</p> <p>Макенова А.А. к.э.н.</p> <p>Makenova A.A. Candidate of Economics</p>
--------	--------------------------	-------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	---	---	---

M 4	БПТК/ БДКВ/ ВДЕС	UMK2205/ OP2205/ OB2205	Ұйымдық мінез-құлық / Организацион ное поведение/ Organizational behavior	5	1	3	емтихан/эк замен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Курстың пререквизиттері-Микро-макроэкономика</p> <p>2.Курстың постреквизиттері-банк менеджменті, Өндірістік менеджмент, Қаржылық жопарлау және бюджеттеу, инновациялық жобаларды бизнес-жоспарлау</p> <p>3.Курстың мақсаты-мотивацияға қатысты басым теорияларды ұсыну, көшбасшылық, топтық жұмыс және мәдениет. Бұл курс студенттерге "көшбасшылық" ұғымын, оның бар түрлерін түсінуге және жақсы көшбасшының ерекшеліктері мен мінез-құлқын дамытуға көмектеседі.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: ұйымдастырушылық мінез-құлық теориясы мен практикасын дамытудың негізгі кезеңдері, ұйымдастырушылық мінез-құлықтың объектісі мен пәні, қызметі мен мінез-құлқы, қызметкерлердің қабілеттері мен жеке қасиеттерін қалыптастыруға әсер еткен факторлар; персоналды ынталандыру процесі. өзара әрекеттесу және топтық шешім қабылдау, көшбасшылық теориялары және билік негіздері, қақтығыстардың себептері, түрлері, келіссөздер әдістері, олардың тиімділігі, стресстің себептері мен салдары, ұйымдастырушылық мәдениеттің сипаты</p> <p>5.Құзыреттіліктер: - ұйымдастырушылық мінез-құлықтың негізгі ұғымдарын, әдістерін, құралдарын, әдістерін, функцияларын, технологияларын, ұйымдық мінез-құлықтың даму кезеңдерін білу және түсіну; - ұйымдастырушылық мінез-құлықты басқарудың практикалық дағдыларын игеру; ұйымдағы адамдардың мінез-құлқын талдау; - қорытындыларды салыстыру, тұжырымдау, өз дәлелін құру, ұйымдық мінез-құлықты басқару саласындағы өз ұстанымын білдіру және негіздеу мінез-құлық, ұйымдық мінез-құлықтағы топтық процестерді талдау; - Коммуникативтік қасиеттерді, сенім атмосферасын құру өнерін, серіктестікті, мақсаттар мен іс-әрекеттердің бірлігін, әріптестермен, серіктестермен байланыс орнату, команданы жинау және оны ортақ идея төңірегінде біріктіру қабілеттерін қалыптастыру; - ұйымдастырушылық мінез-құлықтың негізгі проблемаларын талдай білу, ұйымдастырушылық мінез-құлықты басқаруда бағдарлай білу.</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Musaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
M 4	БПТК/ БДКВ/ ВДЕС	UT2205/ TO2205/ TO2205	Ұйымдастыру теориясы / Теория организации/th eoryof organization	5	1	3	емтихан/эк замен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Курстың пререквизиттері-Микро-макроэкономика</p> <p>2.Курстың постреквизиттері- Өндірістік менеджмент, Қаржылық жопарлау және бюджеттеу, инновациялық жобаларды бизнес-жоспарлау</p> <p>3.Курстың мақсаты-Ұйымдар теориясының негізгі ұғымдарымен таныстыру, мақсатқа жетудің ұжымдық субъектісі және нақты әлеуметтік объект ретінде ұйымның табиғаты, қалыптасу себептері, жұмыс істеу механизмдері және даму логикасы туралы түсінік беру; ұйымдағы адамның мінез-құлқын, тұлға теориясын, топтық мінез-құлықты, корпоративтік мәдениетті, ұйымдық дамуды қарастыру. мақсатқа жетудің ұжымдық субъектісі және белгілі бір әлеуметтік объект ретінде ұйымның жұмыс істеуі мен даму механизмдерін, ұйымдағы адамның мінез-құлқын, тұлға теориясын, топтық мінез-құлықты, корпоративтік мәдениетті, ұйымдастырушылық дамуды зерттеу.</p> <p>4.Пәннің мазмұны:Ұйымдастыру теориясы: жүйе ретінде ұйымдастыру; әлеуметтік ұйымдастыру, шаруашылық ұйымдар; ұйымдастыру және басқару; ұйымдастыру теориясы және оның ғылыми жүйедегі орны Заңы; өзін-өзі сақтау Заңы; талдау бірлігі (синтез) заңы; даму заңы; композиция және пропорционалдылық Заңы; Әлеуметтік нақты заңдар ұйымдар: статистикалық ұйымның принциптері; динамикалық ұйымдастыру принциптері; рационализация принциптері; ұйымдастырушылық жүйелерді жобалау; ұйымдастырушылық және ұйымдастырушылық-басқарушылық ойды дамыту; ұйымдастырушылық мәдениет; ұйымдастырушылық қызмет субъектілері.</p> <p>5.Құзыреттіліктер:Басшының еңбегінің мәні мен мазмұнын білу және жеке тұлғаның, топтың, ұйымның мінез-құлқын басқару жүйесіне өзгерістер енгізе білу; қазіргі жағдай мен тенденцияны түсіну ұйымдастырушылық мінез-құлық теориясының дамуы; ғылымның негізгі ережелерінің мазмұнын түсіну ұйымдастырушылық мінез-құлық; басқарушылық жағдайларды теория тұрғысынан талдай білу ұйымдық мінез-құлық; Ұйым менеджменті мәселелерін шешу үшін теорияның негізгі ережелерін қолдана білу.</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Musaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>





M 4	БПТК/ БДКВ/ ВДЕС	UB2205/ TO2205/ TO2205	Ұйымды басқару / Управление организацией/ organizations management	5	1	3	емтихан/эк замен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1. Пререквизиттер: Микро-макрэкономика 2. Постреквизиттер: Ұйымның менеджменті 3. Пәннің мақсаты: - басқарушылық ықпал ету объектісі ретінде ұйым туралы түсінік алу; - ұйымның әртүрлі теорияларын, ұйымды басқарудың заңдары мен принциптерін зерттеу – ұйымның әлеуетін құру мен дамытуды, оның құндылықтарын қалыптастыру мен сақтауды, стратегиялық мақсаттарды қоюды, ағымдағы және жедел жұмыстардың барлық түрлерін іске асыруды, адамдарды ынталандыруды, бақылауды жалпы басқарудың принциптері мен процестерін зерттеу жоспарларды іске асыруға, шешімдер қабылдаудың тиімділігін қамтамасыз етуге; 4. Пәннің мазмұны: ұйымды (кәсіпорынды) басқарудың мәні мен мазмұны. Басқарудың теориялық негіздерін дамыту; ұйымның түсінігі мен теориялық негіздері; басқарушылық жұмыстың сипаттамалары мен мазмұны. Менеджерлерге қойылатын біліктілік талаптары; басқару шешімдерін қабылдау процесінің негізгі тұжырымдамалары мен әдістемелері; ұйымның Даму стратегиясы мен жоспарлау; ұйымды басқару құрылымы 5. Құзыреттері: - ұйымдардың экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету стратегиясын әзірлеуге, оны іске асыру жөніндегі бағдарламаларды дайындауға қатысу қабілеті; - қарамағындағылардың қызметтік қызметін жоспарлау және ұйымдастыру, оның нәтижелерін бақылау мен есепке алуды жүзеге асыру қабілеті; әлеуметтік-экономикалық тиімділік өлшемдерін, қолда бар ресурстарды пайдалану тәуекелдері мен мүмкіндіктерін ескере отырып, оңтайлы басқарушылық шешімдер қабылдау қабілеті; Құжаттамалық қамтамасыз етуді жүзеге асыру қабілеті басқарушылық қызмет 6. Күтілетін нәтижелер: басқару процесі, сайып келгенде, ұйымның алдында тұрған жалпы мақсаттың немесе мақсаттар жиынтығының орындалуын қамтамасыз ететін келісілген әрекеттерді қарастырады.</p> <p>1. Пререквизиты: Микро-макрэкономика 2. Постреквизиты: Менеджмент организации 3. Цель дисциплины: - получить представление об организации как объекта управленческого воздействия; – изучить различные теории организации, законы и принципы управления организации; – изучить принципы и процессы общего управления созданием и развитием потенциала организации, формированием и 4. Содержание дисциплины: Сущность и содержание управления организацией (предприятием). Развитие теоретических основ управления; Понятие и теоретические основы организации; характерные черты и содержание управленческого труда. Квалификационные требования к менеджерам; Базовые концепции и методики процесса принятия управленческих решений; Планирование и стратегия развития организации; Структура управления организацией 5. Компетенции: - способность принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации; - способность планировать и организовывать служебную деятельность подчиненных, осуществлять контроль и учет ее результатов; - способность принимать оптимальные управленческие решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможностей использования имеющихся ресурсов; - способность осуществлять документационное обеспечение управленческой деятельности</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ. магистрі, аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк. магистр, старший преподаватель</p> <p>Mysaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
									<p>6. Ожидаемые результаты: Процесс управления предусматривает согласованные действия, которые и обеспечивают в конечном счете осуществление общей цели или набора целей, стоящих перед организацией.</p> <p>1. Prerequisites: Micro-macroeconomics 2. Post-requirements: Organization management 3. The purpose of the discipline: -to get an idea of the organization as an object of managerial influence; – to study various theories of the organization, laws and principles of management of the organization; – to study the principles and processes of general management of the creation and development of the potential of the organization, the formation and preservation of its values, setting strategic goals, the implementation of all types of current and operational work, motivation of people, control over the implementation of plans, ensuring the effectiveness of decision-making; 4. The content of the discipline: The essence and content of the management of the organization (enterprise). Development of the theoretical foundations of management; The concept and theoretical foundations of the organization; characteristic features and content of managerial work. Qualification requirements for managers; Basic concepts and methods of the management decision-making process; Planning and development strategy of the organization; Management structure of the organization 5. Competencies: -the ability to participate in the development of a strategy for ensuring the economic security of organizations, the preparation of programs for its implementation; - the ability to plan and organize the performance of subordinates, monitor and account for its results; the ability to make optimal management decisions taking into account the criteria of socio-economic efficiency, risks and opportunities for the use of available resources; the ability to documentation support of management activities 6. Expected results: The management process provides for coordinated actions that ultimately ensure the implementation of a common goal or set of goals facing the organization.</p>	

M 4	БПТК/ БДКВ/ BDCC	BZH 2206/ BP2206/BP 2206	Бизнесті жоспарлау/ Бизнес- планирование/ Businessplanning	5	2	4	емтихан/ экзамен/ exam	Тест/тест/test	<p>1. Пререквизиттері: Мамандыққа кіріспе</p> <p>2. Постреквизиттері: Кәсіпорын экономикасы</p> <p>3. Пәннің мақсаты: Бәсекелік жағдайларда студенттерге бизнестің теориялық негіздері мен тәжірибелік әдістері туралы білім беру мен қатар экономикалық ой-өрістерін дамытуға ықпал ететін білім мен әдістемені үйрету, еңбек қызметінде қажетті болатын экономикалық мәселелерді тиімді шешу дағдыларын қалыптастыру.</p> <p>4. Қысқаша мазмұны: Бизнестің мәні мен мазмұны, бизнес субъектісінің экономикалық мәні және оның негізгі факторлары, бизнес – нарық қатынастарының мазмұны, Қазақстан Республикасындағы бизнестің қазіргі жағдайы және болашағы, бизнесті ұйымдастыру, тіркеу, мемлекеттік реттеу, бизнестегі маркетинг қызметі, бизнесті басқаруды ұйымдастыру, инвестициялық саясат.</p> <p>5. Құзыреттілігі: Студенттерге бизнес негіздерін айқындайтын түсініктерінің жиынтығын, бизнесті басқарудың тиімділігін шынайы түрде анықтауды үйретеді.</p> <p>6. Күтілетін нәтиже: Болашақ маманды шығармашылық күш-жігерді жүзеге асыруға, экономикалық және ұйымдастыру ісінде тапқырлыққа, жаңашылдыққа баулиды. Пререквизиты: введение в специальность</p> <p>2. Постреквизиты: экономика предприятия</p> <p>3. Цель дисциплины: формирование у студентов знаний о теоретических основах и практических методах бизнеса в конкурентных условиях, а также умений и навыков эффективного решения экономических проблем, необходимых в трудовой деятельности.</p> <p>4. Краткое содержание: сущность и содержание бизнеса, экономическая сущность субъекта бизнеса и его основные факторы, содержание бизнес – рыночных отношений, современное состояние и перспективы бизнеса в Республике Казахстан, организация бизнеса, регистрация, государственное регулирование, маркетинговая деятельность в бизнесе, организация управления бизнесом, инвестиционная политика.</p> <p>5. Компетенции: научить студентов реально определять совокупность понятий, определяющих основы бизнеса, эффективность управления бизнесом.</p> <p>6. Ожидаемый результат: приобщает будущих специалистов к реализации творческих усилий, находчивости, новаторству в экономическом и организационном деле.</p> <p>1. Prerequisites: introduction to the specialty</p> <p>2. Post-requisites: enterprise Economics</p> <p>3. The purpose of the discipline: the formation of students ' knowledge of the theoretical foundations and practical methods of business in a competitive environment, as well as the skills and abilities to effectively solve economic problems necessary in the workplace.</p> <p>4. Summary: the essence and content of the business, the economic essence of the business entity and its main factors, the content of business market</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Mysaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
--------	------------------------	--------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	----------------	---	--

M 4	БП ТК/ БД KB/ BD CC	KKZh2206/ PDP2206/ EAP2206	Кәсіпорын қызметін жоспарлау/ Планирование деятельности предприятия/ Enterprise activity planning	6	2	4	емтихан/ экзамен/ exam	тест/тест/test	<p>Пререквизиттер: Осы пәнді меңгеру үшін төмендегі пәндерді меңгеру кезінде алынған білім, икемділік және дағды-машықтар қажет: макроэкономика, экономикалық теория, микроэкономика.</p> <p>Постреквизиттер:Пәнді меңгеру кезінде алынған білім, икемділік және дағды-машықтар келесі пәндерді меңгеруі үшін қажет: ӨШҚ экономикалық талдау, бизнес-жоспарлау, өнеркәсіп салаларының экономикасы, өндірістік сфераның экономикасы. Пәнді оқыту мақсаты «Кәсіпорынның қызметін жоспарлау» болып объективті экономикалық заңдарды оқу және олардың нарықтық экономика шарттарындағы кәсіпорынның функционалдығының қолайлы нәтижесін қамтамасыз ететін шарттар мен факторларға ықпал жасау (әсер ету) табылады.</p> <p>Қысқаша мазмұны: Кәсіпорынның қызметін жоспарлау. Кәсіпорындағы жоспарлы жұмысты ұйымдастыру.Болжамдау жүйесінің элементтері, мәні.Стратегиялық жоспарлаудың құрылымы мен мәні. Оперативті жоспарлау жүйесі мен түрлері.Бизнес-жоспарлаудың мазмұны мен түсінігі.Өндірістік кәсіпорынның мазмұны, оның кәсіпорын жоспарына ықпал жасау механизміндегі рөлі. Өнімді өндіруді жоспарлау, оның міндеттері.Өндірістік қуатты жоспарлау</p> <p>Персоналдағы тұтынуды жоспарлаудың технологиялары, міндеттері және мазмұны.Өнімнің өзіндік құнын жоспарлау.Нарықтық бағаларды реттеу және жоспарлау.Қаржылық жоспарлаудың міндеттері мен мәні.Бюджеттеу қаржылық жоспарлау түрі ретінде.</p> <p>5.Құзыреттілігі: Білімі және түсінігі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кәсіпорынның мәні, қызметі, түрлері жөнінде;</li> <li>- кәсіпорынның негізгі және айналым капиталының түсінігі жөнінде;</li> <li>- кәсіпорында еңбекақыны төлеу нысандары жөнінде;</li> <li>- шығындардың мәні, түрлері жөнінде;</li> <li>- кәсіпорынның инвестициялық және инновациялық саясаты жөнінде;</li> <li>- табыс түсінігі мен рентабелділік көрсеткіштері жөнінде біледі.</li> </ul> <p>6.Күтілетін нәтиже: «Кәсіпорынның қызметін жоспарлау» пәнін оқытуда кәсіпорын қызметін жоспарлай алады, ұйымдастырады, болжамдау жүйесінің элементтері мен мәнін түсінеді.</p> <p>Пререквизиты: для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные при изучении следующих дисциплин: макроэкономика, экономическая теория, микроэкономика.</p> <p>Постреквизиты: знания, умения и навыки, полученные при освоении дисциплины, необходимы для освоения следующих дисциплин: экономический анализ, бизнес-планирование, экономика отраслей промышленности, экономика производственной сферы.</p>	<p>Казбекова Л.А. Э.ф.к., доцент</p> <p>Казбекова Л.А. к. э. н., доцент</p> <p>Kazbekova L.A. Associated professor, candidate of the economic scienc</p>
									<p>Целью изучения дисциплины "планирование деятельности предприятия" является изучение объективных экономических законов и оказания влияния (влияния) на условия и факторы, обеспечивающие благоприятный результат их функциональности предприятия в условиях рыночной экономики.</p> <p>Краткое содержание: планирование деятельности предприятия. Организация плановой работы на предприятии.Элементы системы прогнозирования, сущность.Структура и сущность стратегического планирования. Система и виды оперативного планирования.Понятие и содержание Бизнес-планирования. Содержание производственного предприятия, его роль в</p>	<p>Казбекова Л.А. Э.ф.к., доцент</p> <p>Казбекова Л.А. к. э. н., доцент</p> <p>Kazbekova L.A. Associated professor, candidate of the economic scienc</p>

								<p>механизме воздействия на планы предприятия. Планирование производства продукции, ее задачи.Планирование производственных мощностей Технологии, задачи и содержание планирования потребления в персонале.Планирование себестоимости продукции. Регулирование и планирование рыночных цен.Задачи и сущность финансового планирования.Бюджетирование как вид финансового планирования.</p> <p>5.Компетенции: понятие и знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- о сущности, деятельности, видах предприятия;</li> <li>- о понятии основного и оборотного капитала предприятия;</li> <li>- по формам оплаты труда на предприятии;</li> <li>- по сути, видам затрат;</li> <li>- об инвестиционной и инновационной политике предприятия;</li> <li>- знает о понятии доходов и показателях рентабельности.</li> </ul> <p>6.Ожидаемый результат: способен планировать, организовывать деятельность предприятия, понимать элементы и сущность системы прогнозирования при изучении дисциплины " планирование деятельности предприятия»</p> <p>1.Prerequisites: for the development of this discipline requires knowledge and skills gained in the study of the following disciplines: macroeconomics, economic theory, microeconomics.</p> <p>2.Postrequisites: knowledge, skills gained in the development of the discipline are necessary for the development of the following disciplines: economic analysis, business planning, Economics of industries, the economy of the manufacturing sector.</p> <p>3.The purpose of the discipline "planning of the enterprise" is the study of objective economic laws and the impact (influence) on the conditions and factors that provide a favorable result of their functionality of the enterprise in a market economy.</p> <p>4.Abstract: the planning activity of the enterprise. Organization of planned work at the enterprise.The elements of the forecasting system, the essence.The structure and essence of strategic planning. System and types of operational planning.The concept and content of Business planning. The content of the production enterprise, its role in the mechanism of influence on the plans of the enterprise. Production planning, its tasks.Capacity planning Technology, objectives and planning content consumption in the staff.Product cost planning. Regulation and planning of market prices.Tasks and essence of financial planning.Budgeting as a type of financial planning.</p> <p>5.Competencies: concept and knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- on the nature, activities, types of enterprise;</li> <li>- the concept of fixed and working capital of the enterprise;</li> <li>- on forms of remuneration at the enterprise;</li> <li>- in fact, the types of costs;</li> <li>- investment and innovation policy of the enterprise;</li> <li>- knows about the concept of income and profitability indicators.</li> </ul> <p>6.Expected result: able to plan, organize the activities of the enterprise, to understand the elements and essence of the forecasting system in the study of the discipline " planning of the enterprise»</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

М 4	БП ТК/ БД КВ/ ВД СС	2206/ PDP2206/ EAP2206	Бизнес- стратегия/ Бизнес- стратегия / Businessstrateg у	6	2	4	емтихан/ экзамен/ exam	тест/тест/test	<p>1.Пререквизит: Экономикалық теория 2Постреквизит: тиімділікті басқару, Қаржылық менеджмент</p> <p>Пәннің мақсаты-студенттерді кәсіпорынның бизнес-стратегиясын қалыптастырудың тұжырымдамалық негіздерімен таныстыру; өнеркәсіп кәсіпорындары мен қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың ерекшеліктерін білу негізінде технология саласында басқарушылық дүниетанымды қалыптастыру, басқарушылық мәдениет дағдыларын тәрбиелеу</p> <p>Пәннің мазмұны: өндірістік түрлендіру түрлері. Жаңа өнімді құру стратегиясы. Өндірістік объектілерді орналастыру критерийлері. Сатып алуды басқару. Жиынтық жоспарлау. Күнтізбелік жоспарлау.</p> <p>Құзыреттіліктер: экономикалық субъектінің тиімділігін басқару, ақша ағындарын талдау және басқару үшін шығындарды есепке алудың заманауи әдістерін қолдануға қабілетті</p> <p>Күтілетін нәтижелер: экономикалық субъектінің тиімділігін басқару үшін шығындарды есепке алудың және ақша ағындарын талдаудың заманауи әдістерін қолдануға қабілетті. Болжамды сметалар мен бюджеттерді, төлем күнтізбелерін жасауға, бизнес-жоспарлардың, кредиттер мен қарыздарды тарту бойынша есептердің, экономикалық субъектінің бағалы бұмдары эмиссияларының проспектілерінің қаржылық бөлігін жасауды қамтамасыз етуге қабілетті</p> <p>1.Пререквизит:Экономическая теория 2Постреквизит:Управление эффективностью ,Финансовый менеджмент</p> <p>Цель дисциплины - ознакомление студентов с концептуальными основами формирования бизнес - стратегии предприятия; формирование управленческого мировоззрения в области технологии на основе знания особенностей промышленных предприятий и предприятий сферы услуг, воспитание навыков управленческой культуры</p> <p>Содержание дисциплины: Виды производственного преобразования. Стратегия создания нового продукта. Критерии размещения производственных объектов. Управление закупками. Совокупное планирование. Календарное планирование.</p> <p>Компетенции:Способен применять современные методы учета затрат для управления эффективностью экономического субъекта, проводить анализ и управление денежными потоками</p> <p>Ожидаемые результаты:Способен применять современные методы учета затрат и анализа денежных потоков для управления эффективностью экономического субъекта. Способен составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумагах экономического субъекта</p> <p>1.Prerequisite: Economic theory 2Postrequisite: Performance management ,Financial Management</p> <p>The purpose of the discipline is to familiarize students with the conceptual foundations of the formation of the business strategy of the enterprise; the formation of a managerial worldview in the field of technology based on knowledge of the characteristics of industrial enterprises and service enterprises, the education of managerial culture skills</p> <p>The content of the discipline: Types of industrial transformation. Strategy for creating a new product. Criteria for the placement of production facilities. Procurement management. Cumulative planning. Calendar planning.</p> <p>Competencies: Able to apply modern cost accounting methods to manage the efficiency of an economic entity, analyze and manage cash flows</p> <p>Expected results: Able to apply modern methods of cost accounting and cash flow analysis to manage the efficiency of an economic entity. It is able to make forecast estimates and budgets, payment calendars, ensure the preparation of the financial part of business plans, calculations for attracting loans and loans, prospectuses of securities issues of an economic entity</p>	Казбекова Л.А.  э.ғ.к., доцент  Казбекова Л.А. к. э. н., доцент  Kazbekova L.A. Associated professor, candidate of the economic science
--------	---------------------------	------------------------------	---	---	---	---	------------------------------	----------------	---	---

М 5	БП ТК/ БД КВ/ ВД СС	ОМ2207/ РМ220/ РМ220	Өндірістік менеджмент/ Производствен ный менеджмент/ Production management	5	2	4	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/ письменно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиті: Бизнес негіздері, Менеджмент 2.Постреквизиті: Кәсіпорын стратегиясы, Өнеркәсіп экономикасы 3.Пәннің мақсаты: Кәсіпорын экономикадағы бәсекеге қабілеттілігінің ұлттық моделін қалыптастырудың параметрлері зерттеледі. Сонымен бірге, ұлттық экономикалық жүйелердің ғаламдық бәсекеге қабілеттілігі мәселесінің теориялық көзқарастары қарастырылады. 4.Қысқаша мазмұны: Өндірістік цикл, оның экономикалық мәні. Кәсіпорынның өндірістік құрылымы және оны жетілдіру жолдары Өндірісті қоғамдық ұйымдастыру формалары Кәсіпорынның көмекші және қызмет көрсетуші өндірістерін ұйымдастыру Көліктік шаруашылықты ұйымдастыру Жоспарлауды ұйымдастыру процесі Кәсіпорынның бизнес-жоспары. 5.Құзыреттілігі: Ғаламдық бәсекеге қабілеттілікті бағалау тұрғысынан кәсіпорынның макроэкономикалық жетістіктерін талдау және жетілдіруге үйретеді. 6.Күтілетін нәтиже: Болашақ маманкәсіпорындардың тиімді даму жолдарын табу және негіздей білуі, нәтижесінде өндіріс қызметінде еңбек, материалдық және қаржылық ресурстарды басқаруы және толық пайдалануы қажет.</p> <p>1.Пререквизиты: Основы бизнеса, Менеджмент 2.Постреквизиты: Стратегия предприятия, Промышленная экономика 3.Цель дисциплины: Изучаются параметры формирования национальной модели конкурентоспособности предприятия. В то же время рассматриваются теоретические подходы к проблеме глобальной конкурентоспособности национальных экономических систем. 4.Краткое содержание: Производственный цикл, его экономическая сущность. Производственная структура предприятия и пути его совершенствования Формы общественной организации производства Организация дочерних и сервисных предприятий предприятия</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Mysaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
									<p>Организация планирования, Бизнес-план предприятия. 5.Компетентность: С точки зрения глобальной оценки конкурентоспособности, он учит предприятие анализировать и улучшать макроэкономические достижения. 6.Ожидаемые результаты: Найти и обосновать пути эффективного развития будущих предприятий, в результате чего им необходимо управлять и использовать трудовые, материальные и финансовые ресурсы в производстве.</p> <p>1. Required: Basics of Business, Management 2.Postrequest: 3.The purpose of the discipline: Parameters of the formation of the national model of competitiveness of the enterprise are studied. At the same time, theoretical approaches to the problem of global competitiveness of national economic systems are considered. 4.Brief content: he production cycle, its economic essence. Production structure of the enterprise and ways of its improvement forms of social organization of production Organization of subsidiaries and service enterprises of the enterprise Organization of the transport organization Organization of planning Business plan of the enterprise. 5.Competence: From the standpoint of global competitiveness assessment, it teaches the enterprise to analyze and improve macroeconomic achievements. 6.Expected results: Find and justify the ways of effective development of the future enterprises, as a result of which they need to managing and utilizing labor, material and financial resources in production.</p>	



M 5	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	OM2208/ Om2208/ Om2208	Операциялык менеджмент / Операционный менеджмент / Operational management	5	2	4	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиті: (мектеп курсы) Экономикадағы математика  2.Постреквизиті: Кәсіпорын стратегиясы, Өнеркәсіп экономикасы  3.Пәннің мақсаты: Кәсіпорын экономикадағы бәсекеге қабілеттілігінің ұлттық моделін қалыптастырудың параметрлері зерттеледі. Сонымен бірге, ұлттық экономикалық жүйелердің ғаламдық бәсекеге қабілеттілігі мәселесінің теориялық көзқарастары қарастырылады.  4.Қысқаша мазмұны: Өндірістік цикл, оның экономикалық мәні. Кәсіпорынның өндірістік құрылымы және оны жетілдіру жолдары Өндірісті қоғамдық ұйымдастыру формалары Кәсіпорынның көмекші және қызмет көрсетуші өндірістерін ұйымдастыру Көліктік шаруашылықты ұйымдастыру Жоспарлауды ұйымдастыру процесі Кәсіпорынның бизнес-жоспары.  5.Құзыреттілігі: Ғаламдық бәсекеге қабілеттілікті бағалау тұрғысынан кәсіпорынның макроэкономикалық жетістіктерін талдау және жетілдіруге үйретеді.  6.Күтілетін нәтиже: Болашақ маманкәсіпорындардың тиімді даму жолдарын табу және негіздей білуі, нәтижесінде өндіріс қызметінде еңбек, материалдық және қаржылық ресурстарды басқаруы және толық пайдалануы қажет.</p> <p>1.Пререквизиты: Математика в экономике  2.Постреквизиты: Стратегия предприятия, Промышленная экономика  3.Цель дисциплины: Изучаются параметры формирования формирования национальной модели конкурентоспособности предприятия. В то же время рассматриваются теоретические подходы к проблеме глобальной конкурентоспособности национальных экономических систем.  4.Краткое содержание: Производственный цикл, его экономическая сущность. Производственная структура предприятия и пути его совершенствования Формы общественной организации производства Организация дочерних и сервисных предприятий предприятия Организация транспортной организации Организация планирования Бизнес-план предприятия.  5.Компетентность: С точки зрения глобальной оценки конкурентоспособности, он учит предприятие анализировать и улучшать макроэкономические достижения.  6.Ожидаемые результаты: Найти и обосновать пути эффективного развития будущих предприятий, в результате чего им необходимо управлять и использовать трудовые, материальные и финансовые ресурсы в производстве.</p> <p>1. Required: Basics of Business, Management  2.Postrequest: Management  3.The purpose of the discipline: Parameters of the formation of the national model of competitiveness of the enterprise are studied. At the same time, theoretical approaches to the problem of global competitiveness of national economic systems are considered.  4.Brief content: he production cycle, its economic essence. Production structure of the enterprise and ways of its improvement forms of social organization of production Organization of subsidiaries and service enterprises of the enterprise Organization of the transport organization Organization of planning Business plan of the enterprise.  5.Competence: From the standpoint of global competitiveness assessment, it teaches the enterprise to analyze and improve macroeconomic achievements.  6.Expected results: Find and justify the ways of effective development of the future enterprises, as a result of which they need to managing and utilizing labor, material and financial resources in production.</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Musaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
--------	---------------------------	------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	------	--	--

M7	БП ТК/ БД KB/ BD CC	VZHA3208 / Om3208/ Om3208	Басқару шешімдерін әзірлеу / Разработка управленчески х решений / Development of manag	5	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Макроэкономика</p> <p>2.Постреквизиттер: бизнестегі басқарушылық шешімдерді қолдау жүйелері</p> <p>3.Пәннің мақсаты: - сыртқы және ішкі ортаның белгісіздігі жағдайында қабылданатын басқарушылық шешімнің сапасын қамтамасыз ету әдістерін, жағдайдың белгісіздігі мен инвестицияланатын инвестициялардың тәуекелі факторларын ескере отырып зерделеу; - басқарушылық шешімнің бәсекеге қабілеттілігіне қол жеткізудің негізгі шарты ретінде оның тиімділігіне әсер ететін факторларды (экономикалық заңдар, ғылыми тәсілдер және т. б.) зерделеу; - әзірлеу, қабылдау технологиясын зерделеу; сапалы басқарушылық шешімді іске асыру және уәждеу;</p> <p>4.Пәннің мазмұны: ұйымда басқарушылық шешімдер қабылдау басқарушылық шешімдерді әзірлеу және жүзеге асыру ұйымның мақсаттарын анықтау. Стратегиялық шешімдер 4 шешімдерді әзірлеу және іске асырылуын бақылау</p> <p>5.Құзыреттіліктер:-ұйымдастырушылық-басқарушылық және экономикалық шешімдерді табу, оларды іске асыру алгоритмдерін әзірлеу және олардың нәтижелері үшін жауап беруге дайын болу; еңбекті ғылыми ұйымдастыру және нормалау негіздерін білу, жұмыстарды талдау және жұмыс орындарына талдау жүргізу дағдыларын меңгеру және оларды практикада қолдана білу; топтық динамика процестерін білу негізінде топтық жұмысты тиімді ұйымдастыру және команданы қалыптастыру принциптері</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді меңгеру нәтижесінде студент: 1. білуге тиіс: - басқарушылық шешімдердің жіктелуі; - басқарушылық шешімдердің сапасына қойылатын талаптар; - басқарушылық шешімдерді қабылдау және іске асыру қағидаттары. - басқарушылық шешімдердің теориялық тұжырымдамалары; меңгеруі тиіс: - тұрақсыз, өзгермелі орта жағдайында басқарушылық шешімдерді әзірлеу, қабылдау және іске асырудың әдіснамалық негіздері; - проблемалық жағдайларды анықтау үшін кәсіпорынды диагностикалау әдіснамасы; - компания стратегиясын қалыптастыру әдістемесі және оны іске асыру алгоритмі; -кәсіпорынның ғылыми-техникалық және өндірістік-өткізу әлеуетін жұмылдыру және кәсіпорынды басқарудың тиімді тетігін құру әдістері. 4. қабілеттілік пен дайындықты көрсету керек: - белгісіздік пен тәуекел жағдайында тиімді экономикалық шешімдердің нұсқаларын әзірлеу және негіздеу; - басқарушылық шешімдердің іске асырылуын ұйымдастыру-басқарушылық шешімдердің тиімділігін бағалау.</p>	<p>Казбекова Л.А.  э.ғ.к., доцент</p> <p>Казбекова Л.А. к. э. н., доцент</p> <p>Kazbekova L.A. Associated professor, candidate of the economic science</p>
----	---------------------------	------------------------------------	---	---	---	---	------------------------------	------	---	--

									<p>1.Пререквизиты: Макроэкономика</p> <p>2.Постреквизиты:Системы поддержки принятия управленческих решений в бизнесе</p> <p>3.Цель дисциплины: - изучение методов обеспечения качества принимаемого управленческого решения в условиях неопределенности внешней и внутренней среды, с учетом факторов неопределенности ситуации и риска вкладываемых инвестиций; - изучение факторов (экономических законов, научных подходов и др.), влияющих на эффективность управленческого решения как основного условия достижения его конкурентоспособности; - изучение технологии разработки, принятия, реализации и мотивации качественного управленческого решения;</p> <p>4.Содержание дисциплины: Принятие управленческих решений в организации Разработка и реализация управленческих решений Определение целей организации. Стратегические решения 4 Разработка и контроль реализации решений</p> <p>5.Компетенции:-способность находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовность нести ответственность за их результаты; знание основ научной организации и нормирования труда, владение навыками анализа работ и проведения анализа рабочих мест и умение применять их на практике;способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды</p> <p>6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: 1. должен знать: - классификацию управленческих решений; - требования, предъявляемые к качеству управленческих решений; - принципы принятия и реализации управленческих решений. - теоретические концепции управленческих решений;должен владеть: - методологические основы разработки, принятия и реализации управленческих решений в условиях нестабильной, изменяющейся среды; - методологию диагностики предприятия для выявления проблемных ситуаций; - методику формирования стратегии фирмы и алгоритм ее реализации; - методы мобилизации научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия и создания эффективного механизма управления предприятием. 4. должен демонстрировать способность и готовность: - разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений в условиях неопределенности и риска; - организовывать реализацию управленческих решений - оценивать эффективность управленческих решений.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

									<p>1.Prerequisites: Macroeconomics  2.Post-requirements:Management decision support systems in business  3.The purpose of the discipline: - study of methods for ensuring the quality of management decisions made in the conditions of uncertainty of the external and internal environment, taking into account the factors of uncertainty of the situation and the risk of investments; - study of factors (economic laws, scientific approaches, etc.) that affect the effectiveness of management decisions as the main condition for achieving its competitiveness; - study of technology development, adoption, implementation and motivation of a quality management decision;  4. Content of the discipline: Management decision-making in the organization Development and implementation of management decisions Determination of the goals of the organization. Strategic decisions 4 Development and control of the implementation of solutions  5.Competencies:-the ability to find organizational, managerial and economic solutions, develop algorithms for their implementation and willingness to be responsible for their results; knowledge of the basics of scientific organization and labor rationing, knowledge of work analysis and workplace analysis skills and the ability to apply them in practice; the ability to effectively organize group work based on knowledge of group dynamics processes and principles of formation teams  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: 1. must know: - classification of management decisions; - requirements for the quality of management decisions; - principles of making and implementing management decisions. - theoretical concepts of management decisions; must possess: - methodological foundations for the development, adoption and implementation of management decisions in an unstable, changing environment; - methodology of diagnostics of the enterprise to identify problematic situations; - the methodology of forming the company's strategy and the algorithm of its implementation; - methods of mobilizing the scientific, technical and supply potential of the enterprise and creating an effective mechanism for enterprise management. 4. must demonstrate the ability and willingness to: - develop and justify options for effective business decisions in conditions of uncertainty and risk; - organize the implementation of management decisions - evaluate the effectiveness of management decisions.</p>	
M7	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	МК3208/ МК3208/ МК3208	Маркетингтік коммуникациялар / Маркетинг және коммуникация / Marketing communications	5	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Макроэкономика  2.Постреквизиттер: SMM маркетингі  3.Пәннің мақсаты-бакалаврларды Маркетингтік коммуникациялар кешенімен, оның элементтерімен және олардың өзара байланыстарымен таныстыру, жылжыту маркетингі саласында базалық білім мен дағдыларды игеру, жарнамамен, сатуды ынталандыру әдістерімен, Public Relations, тікелей маркетингпен, жеке сатумен таныстыру  4.Пәннің мазмұны: Маркетингтік коммуникациялар кешенінің элементі ретінде Resalama maugeting communications кешені. Қоғаммен байланыс тікелей маркетинг.Сату мен сатуды ынталандыру..Кәсіпорынның коммуникациялық стратегияларының тиімділігін бағалау.  5.Құзыреттіліктер: экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұраныстың қалыптасуы; іскерлік ақпаратты өңдеудің әдістері мен бағдарламалық құралдарын меңгеру, ақпараттық технологиялар қызметтерімен өзара іс-қимыл жасау және корпоративтік ақпараттық жүйелерді тиімді пайдалану мүмкіндігі; маркетингтік зерттеулер мен менеджменттегі үздік тәжірибелерді салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде пайдалана білу.  6.Күтілетін нәтижелер: пәнді меңгеру нәтижесінде студент: 1. білуге тиіс: - маркетинг кешеніндегі маркетингтік коммуникация құралдарының функциялары; - ақпараттық-коммуникациялық технологиялар мен коммуникация модельдерінің мәні; - маркетингтік коммуникация құралдарын қолдану ерекшеліктері және ақпаратты қабылдау процестері; - жарнама және сатуды ынталандыру тәсілдері; PR-қызметтің құралдары мен әдістері; тікелей маркетинг пен жеке сатуды, көрме қызметін ұйымдастыру тәсілдері және т. б.; - маркетингтік құралдарда коммуникацияларды құру және тарату нысандары мен технологиялары; - коммуникациялық құралдар нарығын дамыту ерекшеліктері; - маркетингтік коммуникацияларды қолдану тиімділігін бағалау әдістері.</p>	<p>Смагулова Ж.Б., Экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б., Магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>

								<p>1.Пререквизиты:Макроэкономика  2.Постреквизиты:SMM-маркетинг  3.Цель дисциплины - ознакомление бакалавров с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами  4.Содержание дисциплины:Комплекс маркетинговых коммуникацийРекалама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.Связи с общественностью Прямой маркетинг.Стимулирование сбыта и продаж..Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.  5.Компетенции:способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте.  6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: 1. должен знать: - функции инструментов маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга; - сущность информационно-коммуникационных технологий и моделей коммуникаций; - особенности применения инструментов маркетинговых коммуникаций и процессов восприятия информации; - приемы рекламы и стимулирования сбыта; инструменты и методы PR-деятельности; способы организации прямого маркетинга и личных продаж, выставочной деятельности и т.д.; - формы и технологии создания и распространения коммуникаций в маркетинговых средствах продвижения; - особенности развития рынка коммуникационных средств; - методы оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций.</p>	
								<p>1.Prerequisites:Macroeconomics  2.Post-requirements:SMM marketing  3.The purpose of the discipline is to familiarize bachelors with the complex of marketing communications, its elements and their interrelation, the acquisition of basic knowledge and skills in the field of marketing promotion, familiarization with advertising, sales promotion techniques, Public Relations, direct marketing, personal sales  4. The content of the discipline: The complex of marketing communications Requalama as an element of the complex of marketing communications. Public Relations Direct marketing.Promotion of sales and sales..Evaluation of the effectiveness of communication strategies of the enterprise.  5.Competencies: the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand; possess methods and software tools for processing business information, the ability to interact with information technology services and effectively use corporate information systems; the ability to use information obtained as a result of marketing research and comparative analysis of best practices in management in the practical activities of organizations.  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: 1. must know: - the functions of marketing communication tools in the marketing complex; - the essence of information and communication technologies and communication models; - features of the use of marketing communication tools and information perception processes; - advertising and sales promotion techniques; PR-activity tools and methods; ways of organizing direct marketing and personal sales, exhibition activities, etc.; - forms and technologies of creation and distribution of communications in marketing means of promotion; - features of the development of the market of communication tools; - methods of evaluating the effectiveness of marketing communications.</p>	

M8	БП ТК/ БД KB/ BD CC	KOU3209/ OPP3209/ OPE3209	Кәсіпорында өндірісті ұйымдастыру / Организация производства на предприятии / Organization of production at the enterprise	5	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Микроэкономика</p> <p>2.Постреквизиттер: Ұйымның менеджменті</p> <p>3.Пәннің мақсаты: студенттерге өндірісті ұйымдастырудың теориялық негіздерін үйрету, пәннің ғылыми-қолданбалы аппаратын, оның негізгі категорияларын, әдіснамалық ерекшеліктері мен базалық принциптерін, сыртқы және ішкі орта факторларын ескере отырып, өндірісті ұйымдастырудың тиімділігін арттыру шарттарын қалыптастыру.</p> <p>4.Мазмұны: өндірісті ұйымдастыру жүйесінің мазмұны мен құрылымы өндірісті ұйымдастыру жүйесіндегі стратегиялық жоспарлау Өндірісті ұйымдастыру жүйесіндегі болжау.Өндірісті жоспарлау өндірістік жоспарды әзірлеудің әдіснамалық ерекшеліктері өндірісті жоспарлаудың заманауи тәсілдері өндірісті жобалау өндірісті дайындау өндірістік Инвестициялар.Сапа және оның өндірісті ұйымдастыру процесіндегі рөлі арық өндіріс.Түгендеу және материалдық ағындарды басқару.Өндіріске қызмет көрсету жүйесі</p> <p>5.Құзыреттері: өз қызметінде өндірісті ұйымдастыру бойынша нормативтік құқықтық құжаттарды қолдана алады ;өндірісті ұйымдастыру саласында нақты жобаны іске асыру үшін құрылған шағын топтың қызметін ұйымдастыра алады ; өндірісті ұйымдастырумен байланысты коммуникативтік міндеттерді шешу үшін заманауи техникалық құралдар мен ақпараттық технологияларды пайдалана алады</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді меңгеру нәтижесінде студент: 1. білуге тиіс: - өндірісті ұйымдастырудың мәні, мақсаттары мен міндеттері; - өндірістік жүйелердің сапалық қасиеттері, өндірісті дамытудың сандық өзара байланыстары мен заңдылықтары; - функционалдық, кеңістіктік, уақыттық, ресурстық параметрлерді оңтайлы үйлестіретін өндірістік процесі ұтымды ұйымдастырудың шарттары мен факторлары;</p>	<p>Култанова Н.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Құлтанова Н.Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Kultanova N.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>
									<p>1.Пререквизиты:Микроэкономика</p> <p>2.Постреквизиты:Менеджмент организации</p> <p>3.Цель дисциплины: обучить студентов теоретическим основам организации производства, сформировать научно-прикладной аппарат дисциплины, ее основные категории, методологические особенности и базовые принципы, условия повышения эффективности организации производства с учетом факторов внешней и внутренней среды.</p> <p>4.Содержание:Содержание и структура системы организации производства Стратегическое планирование в системе организации производства Прогнозирование в системе организации производства.Планирование производства Методологические особенности разработки производственного плана Современные подходы к планированию производства Проектирование производства Подготовка производства Производственные инвестиции.Качество и его роль в процессе организации производства Бережливое производство.Управление запасами и материальными потоками.Система обслуживания производства</p> <p>5.Компетенции: умеет использовать нормативные правовые документы по организации производства в своей деятельности ;способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного проекта в области организации производства ; способен использовать для решения коммуникативных задач, связанных с организацией производства, современные технические средства и информационные технологии</p> <p>6.Ожидаемые результаты: В результате освоения дисциплины студент: 1. должен знать: - сущности, цели и задачи организации производства; - качественные свойства производственных систем, количественные взаимосвязи и закономерности развития производства; - условия и факторы рациональной организации производственного процесса, оптимально сочетающего функциональные, пространственные, временные, ресурсные параметры;</p>	

									<p>1.Prerequisites:Microeconomics</p> <p>2.Post-requirements:Organization management</p> <p>3.The purpose of the discipline: to teach students the theoretical foundations of the organization of production, to form the scientific and applied apparatus of the discipline, its main categories, methodological features and basic principles, conditions for improving the efficiency of the organization of production, taking into account the factors of the external and internal environment.</p> <p>4.Content: Content and structure of the production organization system Strategic planning in the production organization system Forecasting in the production organization system.Production planning Methodological features of production plan development Modern approaches to production planning Production design Production preparation Production investments.Quality and its role in the process of organizing production Lean manufacturing.Inventory and material flow management.Production service system</p> <p>5.Competencies: is able to use regulatory legal documents on the organization of production in its activities; is able to organize the activities of a small group created for the implementation of a specific project in the field of production organization; is able to use modern technical means and information technologies to solve communicative tasks related to the organization of production</p> <p>6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: 1. must know: - the essence, goals and objectives of the organization of production; - qualitative properties of production systems, quantitative relationships and patterns of production development; - conditions and factors of rational organization of the production process, optimally combining functional, spatial, temporal, resource parameters;</p>	
M8	БП ТК/ БД KB/ BD CC	ZHM3209/ PM3209/ AM3209	Жарнамалық менеджмент / Рекламный менеджмент / Advertisingmanagement	5	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	тест	<p>1.Пререквизиттер: Микроэкономика</p> <p>2.Постреквизиттер: брендті басқару</p> <p>3.Пәннің мақсаты-экономика бакалаврларында заманауи жүйелік білімді қалыптастыру және жарнама қызметінің теориясы мен практикасы саласындағы құзыреттерді дамыту; жарнамалық әсердің әртүрлі тәсілдері және оларды Ресей жағдайында жүзеге асыру мүмкіндігі туралы идеяларды қалыптастыру; сондай-ақ жарнамалық өнімдерді құру, сату процестерін басқару дағдыларын қалыптастыру</p> <p>4.Пәннің мазмұны: жарнама және жарнамалық қызмет тарихы .Жарнамалық қызметтің мазмұны мен формалары .Жарнамалық қызметті реттеу .Маркетинг жүйесіндегі жарнама. Сауда белгілері. Бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама қызметін ұйымдастыру. Қоғамдық қатынастар. Жарнамадағы бейнелеу элементтері мен дыбысы. Жарнамадағы институционалдық фактор. Саяси жарнама. Әлеуметтік жарнама. Жарнаманы Жоспарлау, бюджет және тиімділік.</p> <p>5.Құзыреттері: білу: - менеджмент функциялары, туристік индустрия кәсіпорындарын басқару нысандары; - туристік қызметтегі маркетингтің теориялық негіздері; - туризмдегі жарнамалық қызметтің теориялық негіздері; - іскерлік қарым-қатынастың теориялық негіздері;</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: - туристік индустрия кәсіпорны мен тұтынушылардың (клиенттердің) өзара іс - қимылының негізгі теориялық және практикалық бағыттары мен проблемаларын талдай білу; - туристік индустриядағы өткізу нарықтарын, тұтынушыларды, клиенттерді, бәсекелестерді бағалау, туристік қызметтің өнімдері мен қызметтерінің сапасын басқару және бақылау құралдарын қолдану; - талдамалық және зерттеу жұмысының нәтижелерін сөз сөйлеу түрінде ұсыну, баяндама, есеп, мақала; - жаңа туристік өнімдерді жасау дағдыларын меңгеру; - тұтынушылардың туристік индустрия қызметтеріне қанағаттануын бағалау дағдылары; - тұтынушылардың сұраныстарына сәйкес келетін туристік өнімдер мен қызметтерді қалыптастыру және ілгерілету дағдылары; - туристік өнімді тиімді сату дағдылары мен әдістері.</p>	<p>Смагулова Ж.Б., Экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б., Магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>



								<p>1.Пререквизиты:Микроэкономика  2.Постреквизиты:Бренд-менеджмент  3.Цельдисциплины -формирование у бакалавров экономики современных системных знаний и развитие компетенций в области теории и практики рекламной деятельности; формирование представлений о различных способах рекламного воздействия и возможности их реализации в российских условиях; а также формирование умений управления процессами создания, реализации рекламной продукции  4.Содержание дисциплины:История рекламы и рекламной деятельности .Содержание и формы рекламной деятельности .Регулирование рекламной деятельности .Реклама в системе маркетинга. Товарные знаки. Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации. Паблик рилейшнз. Изобразительные элементы и звук в рекламе. Институциональный фактор в рекламе. Политическая реклама. Социальная реклама. Планирование, бюджет и эффективность рекламы.  5.Компетенции:Знать: - функции менеджмента, формы управления предприятиями туристской индустрии; - теоретические основы маркетинга в туристкой деятельности; - теоретические основы рекламной деятельности в туризме; - теоретические основы делового общения;  6.Ожидаемые результаты:уметь- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов); - оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности; - представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, отчета, статьи; Владеть: - навыками создания новых туристских продуктов; - навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристкой индустрии; - навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей; - навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.</p>	
								<p>1.Prerequisites:Microeconomics  2.Post-requirements:Brand management  3.The purpose of the discipline is the formation of modern system knowledge among bachelors of economics and the development of competencies in the field of theory and practice of advertising activities; the formation of ideas about various methods of advertising impact and the possibility of their implementation in Russian conditions; as well as the formation of skills for managing the processes of creating and selling advertising products  4. Content of the discipline: The history of advertising and advertising activities.The content and forms of advertising activities .Regulation of advertising activities .Advertising in the marketing system. Trademarks. Organization of advertising activities in the mass media. Public relations. Visual elements and sound in advertising. The institutional factor in advertising. Political advertising. Social advertising. Planning, budget and effectiveness of advertising.  5.Competencies: To know: - management functions, forms of management of tourism industry enterprises; - theoretical foundations of marketing in tourism activities; - theoretical foundations of advertising activities in tourism; - theoretical foundations of business communication;  6.Expected results: be able to- analyze the main theoretical and practical directions and problems of interaction between the enterprise of the tourism industry and consumers (clients); - evaluate sales markets, consumers, customers, competitors in the tourism industry, apply management tools and quality control of products and services of tourism activities; - present the results of analytical and research work in the form of speeches, reports, reports, articles; Possess: - skills in creating new tourist products; - skills in assessing consumer satisfaction with the services of the tourism industry; - skills in the formation and promotion of tourist products and services that meet the needs of consumers; - skills and techniques of effective sales of a tourist product.</p>	

M 9	БөП ТК/ ПД КВ/ MS CC	ZhM3301/ PM3301/ PM33301	Жобаларды басқару/ Управление проектами/ Project management	4	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	Тест/тест/test	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпкерлік  2. Постреквизиттер: Дағдарысқа қарсы менеджмент  3. Пәннің мақсаты: әлеуметтік ортаға енгізу процестерін қарастыру, нарыққа сәйкес келетін өзгерістерді қоғамды дамыту, сондай-ақ барлық қызмет салаларында қолданылатын тәсілдер мен әдістерді жанарту және жетілдіру.  4. Қысқаша мазмұны: инвестициялық жоба, мәні және мәні. Инвестицияларды қаржыландыру. Инвестициялық жобаларды қаржылық талдау. Жобаларды талдаудың ғылыми негізі. Жобаның өмірлік циклі. Шығынсыздық нүктесі.  5. Құзыреттіліктер: бизнес-жоспар құру және оның тиімділігін есептеу, инвестициялық жобаларды қаржыландыру және кредит беру ерекшеліктері, басқарушылық шешімдер қабылдау, кәсіпорынның қаржы-шаруашылық қызметін жақсарту, кредит беру жолдарын есептеу.  6. Күтілетін нәтижелер: инвестициялық жобаларды қабылдау және дайындау деңгейін бағалау, меншікті және қарыз қаражатының құрылымын анықтау, жобаның тәуекелділік деңгейін бағалау, инвестициялық жобаларды қаржылық-экономикалық талдау жүргізу, инвестициялық жобаларды кешенді бағалауды дайындау.</p> <p>1..Пререквизиты: Предпринимательство  2. Постреквизиты: Антикризисный менеджмент  3. Цель дисциплины: Рассмотрение процессов внедрения в социальную среду, развитие общества изменений, соответствующих рынку, а также обновление и совершенствование применяемых во всех сферах деятельности приемов и методов.  4. Краткое содержание: Инвестиционный проект, сущность и значение. Финансирование инвестиций. Финансовый анализ инвестиционных проектов. Научная основа анализа проектов. Жизненный цикл проекта. Точка безубыточности.  5. Компетенции: Составление бизнес-плана и расчет его эффективности, финансирование инвестиционных проектов и особенности кредитования, принятие управленческих решений, улучшение финансово-хозяйственной деятельности предприятия, расчет путей кредитования.  6. Ожидаемые результаты: Оценка уровня принятия и подготовки инвестиционных проектов, определение структуры собственных и заемных средств, оценка уровня рискованности проекта, проведение финансово-экономического анализ инвестиционных проектов, подготовка комплексной оценки инвестиционных проектов.</p> <p>1..Prerequisites: Entrepreneurship  2. Post-requirements: Crisis management  3. The purpose of the discipline: Consideration of the processes of implementation in the social environment, the development of society changes relevant to the market, as well as updating and improving the techniques and methods used in all spheres of activity.  4. Summary: Investment project, essence and value. Investment financing. Financial analysis of investment projects. The scientific basis of the project analysis. Project life cycle. Breakeven point.  5. Competence: Preparation of a business plan and calculation of its effectiveness, financing of investment projects and features of lending, management decision-making, improvement of financial and economic activity of the enterprise, calculation of ways of lending.  6. Expected results: Assessment of the level of acceptance and preparation of investment projects, determination of the structure of own and borrowed funds, assessment of the level of riskiness of the project, financial and economic analysis of investment projects, preparation of a comprehensive assessment of investment projects.</p>	<p>Муханова А.Е. э.ғ.к., қауымдастырылған профессор</p> <p>Муханова А. Е. к. э. н., ассоциированный профессор</p> <p>Mukhanova A. E. candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>
--------	----------------------------	--------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	----------------	--	--

М 9	БөП ТК/ ПД КВ/ MS CC	МВ3301/ UM3301/ MM33301	Маркетингі басқару/ Управлениема ркетингом/ Marketing management	4	3	5	емтихан/ экзамен/ exam	Тест/тест/test	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпкерлік 2. Постреквизиттер: Стратегиялық маркетинг 3.Пәнді игеру мақсаттары: маркетингі басқару саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды қалыптастыру: - студенттерді маркетингі басқарудың негізгі категорияларымен, принциптерімен және тетіктерімен таныстыру; - маркетингі басқарудың қолда бар модельдері мен әдістерін зерделеу; - маркетингі стратегиялық және тактикалық басқару дағдыларын дамыту; -студенттерді маркетингі басқару саласындағы отандық және шетелдік тәжірибемен таныстыру; - студенттерді маркетингі басқарудың тиімділігін бағалауға үйрету. 4.Пәннің мазмұны: Маркетинг басқару шешімдерін қабылдаудағы интеграциялық функция ретінде. Корпоративтік деңгейде маркетингі басқару. Кәсіпорынның маркетингік стратегия жүйесі: портфельдік стратегиялар. Кәсіпорынның маркетингік стратегия жүйесі: өсу стратегиялары. Кәсіпорынның маркетингік стратегия жүйесі: бәсекелестік стратегиялар, кәсіпорынның бәсекелестік артықшылықтары 5.Құзыреттіліктер: сандық талдау және модельдеу, теориялық және эксперименттік зерттеу әдістерін меңгеру; әріптестермен кооперацияға, ұжымда жұмыс істеуге дайын болу; ұйымдық-басқарушылық шешімдерді табу қабілеті және олар үшін жауапты болуға дайын болу; ұйымдардың операциялық (өндірістік) қызметін басқаруда стратегиялық, тактикалық және жедел шешімдер қабылдау әдістерін меңгеру. 6.Күтілетін нәтиже: пәнді меңгеру нәтижесінде студент: 1. білуге тиіс: - ұйымның даму қағидаттары мен жұмыс істеу заңдылықтары; - ұйымдағы негізгі бизнес-процестер; - мақсат қою қағидаттары, ұйымдастырушылық жоспарлаудың түрлері мен әдістері; - ұйымшілік бақылаудың түрлері мен рәсімдері; - басқарушылық шешімдердің түрлері және оларды қабылдау әдістері; - стратегиялық басқару процесінің негізгі элементтерінің мазмұны мен өзара байланысы; - басқарудың мақсаттары мен міндеттері маркетинг; - ұйымның менеджментіндегі маркетингі басқарудың рөлі мен орны; - маркетингі басқару принциптері; - ұйымның маркетингік қызметін ұйымдастыру негіздері; - маркетинг стратегиясын әзірлеу процесі; - маркетингің жедел жоспарын әзірлеу процесі; - маркетингі бақылауды, бағалауды және аудитті ұйымдастыру негіздері.</p>	<p>Смагулова Ж.Б., Экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б., Магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>
									<p>1.Пререквизиты: Предпринимательство 2. Постреквизиты: Стратегический маркетинг 3.Цели освоения дисциплины: Сформировать теоретические знания и практические навыки в области управления маркетингом: - ознакомить студентов с основными категориями, принципами и механизмом управления маркетингом; - изучить имеющиеся модели и методы управления маркетингом; - выработать навыки стратегического и тактического управления маркетингом; - ознакомить студентов с отечественным и зарубежным опытом в области управления маркетингом; - научить студентов оценивать эффективность управления маркетингом. 4.Содержание дисциплины:Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Система маркетинговых стратегий предприятия: портфельные стратегии. Система маркетинговых стратегий предприятия: стратегии роста. Система маркетинговых стратегий предприятия:конкурентные стратегии, конкурентные преимущества предприятия 5.Компетенции:владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность;владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций. 6.Ожидаемый результат:В результате освоения дисциплины студент: 1. должен знать: - принципы развития и закономерности функционирования организации; - основные бизнес-процессы в организации; - принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; - виды и процедуры внутриорганизационного контроля; - виды управленческих решений и методы их принятия; - содержание и взаимосвязи основных элементов процесса стратегического управления; - цели и задачи управления маркетингом; - роль и место управления маркетингом в менеджменте организации; - принципы управления маркетингом; - основы организации маркетинговой деятельности организации; - процесс разработки стратегии маркетинга; - процесс разработки оперативного плана маркетинга; - основы организации контроля, оценки и аудита маркетинга.</p>	

									<p>1..Prerequisites: Entrepreneurship</p> <p>2. Post-requirements: Strategic marketing</p> <p>3.Objectives of the discipline: To form theoretical knowledge and practical skills in the field of marketing management: - to acquaint students with the main categories, principles and mechanism of marketing management; - to study existing models and methods of marketing management; - to develop skills of strategic and tactical marketing management; - to acquaint students with domestic and foreign experience in the field of marketing management- teach students to evaluate the effectiveness of marketing management.</p> <p>4. Content of the discipline: Marketing as an integrating function in management decision-making. Marketing management at the corporate level. The system of marketing strategies of the enterprise: portfolio strategies. The system of marketing strategies of the enterprise: growth strategies. The system of marketing strategies of the enterprise:competitive strategies, competitive advantages of the enterprise</p> <p>5. Competencies: possess methods of quantitative analysis and modeling, theoretical and experimental research; willingness to cooperate with colleagues, work in a team; ability to find organizational and managerial decisions and willingness to be responsible for them; possess methods of making strategic, tactical and operational decisions in the management of operational (production) activities of organizations.</p> <p>6. Expected result: As a result of mastering the discipline, the student: 1. must know: - principles of development and patterns of functioning of the organization; - the main business processes in the organization; - principles of goal-setting, types and methods of organizational planning; - types and procedures of intra-organizational control; - types of management decisions and methods of their adoption; - content and interrelationships of the main elements of the strategic management process; - goals and objectives of marketing management; - the role and place of marketing management in the management of the organization; - principles of marketing management; - fundamentals of the organization of marketing activities of the organization; - the process of developing a marketing strategy; - the process of developing an operational marketing plan; - fundamentals of the organization of control, evaluation and audit of marketing.</p>	
M7	Беп ТК/ ПД КВ/ MS CC	EAT3302/ OT3302/ S33002	Еңбекке ақы төлеу/ Оплата труда/ Salary	4	1	5	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиті:Еңбек экономикасы</p> <p>2.Постреквизиті: Кәсіпорын қызметін экономикалық талдау</p> <p>3.Мақсаты: Еңбекақы категория ретінде жұмыс күшінің тауарлы мәнін негізге алады. Жұмыс күші тауар болғандықтан оның екі қасиеті бар: пайдалылығы және бағасы.</p> <p>4.Қысқаша мазмұны: Еңбектің санына және сапасына сәйкес еңбекке ақы төлеудің формаларына сәйкес есептеу.</p> <p>5.Құзыреттілігі: еңбек сапасына және еңбекке қатыстылығының адалдығы үшін ынталандыру; Еңбектіңсанына және сапасына сәйкес еңбекке ақы төлеу.</p>	Муханова А.Е. э.ғ.к., қауымд. профессор

								<p>6.Күтілетін нәтиже: Студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нарық экономика жағдайындағы еңбек акыны реттеудің теориялық негіздерін оқып білуі;</li> <li>- еңбек акыны ұйымдастырудың құқықтық аспектілерін қарастыруы;</li> <li>- еңбек акының тарифтік жүйесін оқып білуі;</li> <li>- еңбек акы жүйелері мен нышандарын білуі;</li> <li>- шет елдердің үлгісімен еңбек акы төлеу жүйесін қарастыруы тиіс.</li> </ul> <p>1.Пререквизиты:Экономика труда 2.Постреквизиты:Кәсіпорын қызметін экономикалық талдау 3.Цель дисциплины:Целью учебного курса является формирование знаний, умений и навыков по организации рабочих мест, расчету норм труда и проектированию систем оплаты труда. 4.Краткое содержание: Расчет в соответствии с формами вознаграждения в зависимости от количества и качества работы. 5.Компетенции: стимулы к качеству работы и честность в работе; Оплата за работу в соответствии с качеством и качеством работы. 6.Ожидаемые результаты: - изучение теоретических основ регулирования заработной платы в рыночной экономике; - рассмотрение правовых аспектов организации заработной платы; - изучение системы оплаты труда; - Знание систем оплаты и символов; - следует рассмотреть систему вознаграждения за рубежом.</p> <p>1.Required:LabourEconomics 2.Postrequest: 3.The purpose of the discipline: Economic analysis of business activities 4.Summary: Calculation in accordance with the forms of remuneration, depending on the quantity and quality of work. 5.Competencies: Incentives to work quality and honesty in work; Payment for work in accordance with the quality and quality of work. 6.Expected results: - study of the theoretical basis of wage regulation in a market economy; - consideration of the legal aspects of the organization of wages; - study of the wage system; - Knowledge of payment systems and symbols; - Consider the remuneration system abroad.</p>	<p>Муханова А.Е. к. э. н., ассоциированный профессор</p> <p>Mukhanova A.E. Candidate of Economics, Senior Lecturer</p>	
M7	БөП ТК/ ПД КВ/ MS CC	ВВЗН3302 / SPPR3302/ MDSB3300 2	Бизнесте басқарушылық шешімдер қабылдауды қолдау жүйелері/ Системы поддержки принятия управленческих решений в бизнесе/ Management decision support system in business	4	1	5	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша-ауызша/письменно-устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: Еңбек нарығының экономикасы 2.Постреквизиттер: өзгерістерді басқару 3.Пәннің мақсаты: басқару шешімдерін қабылдауды қолдау жүйелерінің жұмысы, басқару шешімдерін әзірлеу, қабылдау әдістері туралы тәжірибеге бағытталған білімді қалыптастыру. 4.Пәннің мазмұны: басқару шешімдерін қабылдаудың негізгі аспектілері шешім және оның менеджер қызметіндегі рөлі. Шешімнің субъектісі мен объектісі. Қазіргі менеджерлерге қойылатын талаптар. Басқару шешімдерінің жіктелуі. Басқару шешімдеріне қойылатын талаптар және оларға қол жеткізу шарттары. Басқару шешімдерін дайындау және іске асыру нысандары. Шешім субъектісі (LPR). Жеке және ұжымдық шешімдер. Шешімдердің ұтымдылығы мен табыстылығы. Ұтымды шешімдерге қойылатын талаптар. 5.Құзыреттері: ұйымның даму бағыттарын анықтауға және өзгерістерді басқару стратегиясын әзірлеуге қабілетті; өзгерістер жобасын іске асыру тиімділігінің негізгі өлшемдерін; ұйымдардағы өзгерістер жобаларының мақсаттары мен міндеттерін біледі 6.Күтілетін нәтижелер: өзгерістердің әртүрлі көрсеткіштері туралы ақпаратты талдай алады; өзгерістердің дерекқорларын жүргізе алады; мақсат ағашын дамыта алады, өзгерістерді басқарудың ішкі жүйесі бойынша міндеттерді бөле алады. Өзгерістерге қатысушыларды ақпараттық қамтамасыз етуді қалыптастыру дағдыларын; сапаны басқару саласындағы өзгерістерді іске асырудың әдістемелік құралдарын; өзгерістер туралы басқарушылық шешімдер қабылдау үшін сандық және сапалық талдау дағдыларын меңгерген.</p>	<p>Муханова А.Е. э.ф.к., қауымд. профессор</p> <p>Муханова А.Е. к. э. н., ассоциированный профессор</p> <p>Mukhanova A.E. Candidate of Economics, Senior Lecturer</p>

								<p>1.Пререквизиты:Экономика рынка труда</p> <p>2.Постреквизиты:Управление изменениями</p> <p>3.Цельдисциплины: формирование практико-ориентированных знаний о работе систем поддержки принятия управленческих решений, методах разработки, принятия управленческих решений.</p> <p>4.Содержание дисциплины:Основные аспекты принятия управленческих решений Решение и его роль в деятельности менеджера. Субъект и объект решения. Требование предъявляемые к современным менеджерам. Классификация управленческих решений. Требования к управленческим решениям и условия их достижения. Формы подготовки и реализации управленческих решений. Субъект решения (ЛПР). Индивидуальные и коллективные решения. Рациональность и успешность решений. Требования, предъявляемые к рациональным решениям.</p> <p>5.Компетенции:Способен определять направления развития организации и разрабатывать стратегию управления изменениями;Знает основные критерии эффективности реализации проекта изменений; цели и задачи проектов изменения в организациях</p> <p>6.Ожидаемые результаты:Умеет анализировать информацию о различных показателях изменений; вести базы данных изменений; разрабатывать дерево целей, распределять задачи по подсистеме управления изменениями. Владеет навыками формирования информационного обеспечения участников изменений; методическим инструментарием реализации изменений в области управления качеством; навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений об изменениях.</p>	
								<p>1.Prerequisites:Labor market economics</p> <p>2.Post-requirements: Change Management</p> <p>3. The purpose of the discipline: the formation of practice-oriented knowledge about the work of management decision support systems, methods of development, management decision-making.</p> <p>4. The content of the discipline: The main aspects of managerial decision-making The decision and its role in the manager's activities. The subject and object of the solution. Requirements for modern managers. Classification of management decisions. Requirements for management decisions and conditions for their achievement. Forms of preparation and implementation of management decisions. The subject of the decision (LPR). Individual and collective solutions. Rationality and success of decisions. Requirements for rational solutions.</p> <p>5.Competencies: Able to determine the directions of the organization's development and develop a change management strategy; Knows the main criteria for the effectiveness of the implementation of the change project; goals and objectives of change projects in organizations</p> <p>6.Expected results: Can analyze information about various indicators of changes; maintain databases of changes; develop a tree of goals, distribute tasks across the subsystem of change management. Possesses the skills of forming information support for the participants of changes; methodological tools for implementing changes in the field of quality management; skills of quantitative and qualitative analysis for making managerial decisions about changes.</p>	

M7	БөП ТК/ ПД KB/ MS CC	AGRM330 3/ AGRM330 3/ AGRM330 3	Аграрный менеджмент/ Аграрлық менеджмент/ Agrarian management	4	1	5	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: еңбек нарығының экономикасы</p> <p>2.Постреквизиттер: Қазіргі аграрлық экономика</p> <p>3.Пәннің мақсаты: студенттерді ауыл шаруашылығы саласындағы кең ауқымды міндеттерде өз бетінше және жауапкершілікпен теориялық және практикалық білімдерімен біліктілікке ие және ауылшаруашылық кәсіпорындарына басшылық пен кеңес беруге дайын Ауыл шаруашылығын басқаруға дайындау, сондай-ақ осы білім саласын ауылшаруашылық зерттеулерінде, Ауыл шаруашылығын басқару компанияларында және қызмет көрсету компанияларында ұсыну.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: әр түрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы АӨК ұйымдары менеджментінің ерекшеліктері. АӨК менеджментінің негізгі функциялары. АӨК жүйесіндегі 3 өндірістік менеджменттің тиімділігі. Аграрлық өндірістегі Кадрлық менеджменттің тұжырымдамалық тәсілдері. АӨК менеджменті жүйесіндегі ақпарат және коммуникациялық процесс. Агроөнеркәсіптік 6 интеграция АӨК мамандандыру. АӨК табиғатты пайдалану менеджменті. АӨК инфрақұрылымын басқару. АӨК инновациялық процестер жүйесіндегі Менеджмент.</p> <p>5.Құзыреттіліктер: қызметтің әртүрлі салаларында экономикалық білім негіздерін пайдалану қабілеті; Стратегиялық талдау дағдыларын меңгеру, бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етуге бағытталған Ұйымның стратегиясын әзірлеу және жүзеге асыру; активтерді бағалау, айналым капиталын басқару, инвестициялық шешімдер қабылдау, қаржыландыру бойынша шешімдер қабылдау, Дивиденттік саясат пен капитал құрылымын қалыптастыру үшін қаржылық менеджменттің негізгі әдістерін қолдана білу, соның ішінде жаһандану жағдайында әлемдік нарықтардағы операцияларға байланысты шешімдер қабылдау кезінде ;</p> <p>Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде білім алушы: басқарушылық шешімдерді қабылдау әдістерінің негізгі ұғымдары мен құрамдас бөліктерін; басқарушылық шешімдерді қабылдау кезеңдері мен әдістерін; басқарушылық шешімдерді қабылдауға әсер ететін факторларды білуі тиіс. Білу: проблемалық жағдайды анықтау; кәсіпорынды одан әрі дамытудың мақсаттары мен міндеттерінің саясатын қалыптастыру; кәсіби қызметтің басымдықтарын айқындау; басқару шешімдерін, оның ішінде белгісіздік пен тәуекелдер жағдайында әзірлеу және тиімді орындау; басқару шешімін іске асыру кезінде реттеуші әсердің барабар құралдары мен технологияларын қолдану. Меңгеру: басқарушылық шешімдерді әзірлеу мен қабылдаудың озық тәсілдері</p>	<p>Талапбаева Г.Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Talapbaeva G.E., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>
----	----------------------------	--	--	---	---	---	------------------------------	---	---	--

									<p>1.Пререквизиты:Экономика рынка труда</p> <p>2.Постреквизиты:Современная аграрная экономика</p> <p>3.Целью дисциплины: подготовка студентов для управления сельским хозяйством, которое квалифицируется своими теоретическими и практическими знаниями, независимо и ответственно, в широком спектре задач в области сельского хозяйства и готовых взять на себя руководство и консультирование сельскохозяйственных предприятий, а также представлять эту область знаний в сельскохозяйственных исследованиях, компаниях по управлению сельским хозяйством и в сервисных компаниях.</p> <p>4.Содержание дисциплины:Особенности менеджмента организаций АПК различных организационноправовых форм. Основные функции менеджмента АПК. Эффективность 3 производственного менеджмента в системе АПК. Концептуальные подходы кадрового менеджмента в аграрном производстве. Информация и коммуникационный процесс в системе менеджмента АПК. Агропромышленная 6 интеграция специализация в АПК. Менеджмент природопользованием в АПК. Управление инфраструктурой АПК.Менеджмент в системе инновационных процессов АПК.</p> <p>5.Компетенции:Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности ; – умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидентной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации ;</p> <p>Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знать: основные понятия и составляющие методов принятия управленческих решений; этапы и методы принятия управленческих решений; факторы, влияющие на принятие управленческих решений. Уметь: определять проблемную ситуацию; формировать политику целей и задач дальнейшего развития предприятия; определять приоритеты профессиональной деятельности; разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков; применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения. Владеть: передовыми приемами разработки и принятия управленческих решений</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--



								<p>1.Prerequisites:Labor market economics  2. Post-requirements: Modern agrarian economy  3.The purpose of the discipline: to prepare students for agricultural management who are qualified by their theoretical and practical knowledge, independently and responsibly, in a wide range of tasks in the field of agriculture and are ready to take over the management and consulting of agricultural enterprises, as well as to represent this area of knowledge in agricultural research, agricultural management companies and in service companies.  4. Content of the discipline: Features of management of agricultural organizations of various organizational and legal forms. The main functions of agribusiness management. The effectiveness of 3 production management in the agro-industrial complex system. Conceptual approaches of personnel management in agricultural production. Information and communication process in the agro-industrial complex management system. Agro-industrial 6 integration specialization in agriculture. Environmental management in the agro-industrial complex. Management of the agro-industrial complex infrastructure. Management in the system of innovative processes of the agro-industrial complex.  5.Competencies: Ability to use the basics of economic knowledge in various fields of activity; possession of skills of strategic analysis, development and implementation of the organization's strategy aimed at ensuring competitiveness; □ ability to apply basic methods of financial management for asset valuation, working capital management, investment decisions, financing decisions, formation of dividend policy and capital structure, in particular, when making decisions related to operations on world markets in the context of globalization ;  Expected results: As a result of mastering the discipline, the student should: Know: the basic concepts and components of management decision-making methods; stages and methods of management decision-making; factors influencing management decision-making. Be able to: identify a problematic situation; form a policy of goals and objectives for the further development of the enterprise; determine the priorities of professional activity; develop and effectively implement management decisions, including in conditions of uncertainty and risks; apply adequate tools and technologies of regulatory influence in the implementation of management decisions. Possess: advanced techniques of development and management decision-making</p>		
M7	БөП ТК/ ПД KB/ MS CC	BN3303/ BN 3303/ BN 3303	Бренд-менеджмент/ Бренд-менеджмент / Brand management	4	1	5	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: еңбек нарығының экономикасы  2.Постреквизиттер: Ұйымның менеджменті  3.Пәннің мақсаты: брендинг саласындағы негізгі өтемақыларды дамыту, яғни студенттердің болашақта бәсекеге қабілетті және қауіпсіздікке қабілетті сауда белгілерін жасауға, олардың орналасуы мен имиджін анықтауға, фирманың маркетингтік стратегияларын ескере отырып, олардың дамуын басқаруға көмектесетін брендтерді құру және басқару қызметіне кәсіби көзқарасын қалыптастыру. Бұл пәннің маңызды міндеттерінің бірі студенттердің брендинг саласындағы ұғымдарды, терминдер мен тұжырымдамаларды игеру арқылы кәсіби қарым-қатынас тілін қалыптастыру болып табылады  4.Пәннің мазмұны: Бренд және брендинг: негізгі түсініктер пікірталас ауызша сауалнама. Брендтің сәйкестендіру жүйесі брендтің жеке басы. Стратегиялық брендкоммуникациялық науқандар (жарнама, PR, өнімді орналастыру  5. Құзыреттіліктер: ұйымдық даму және өзгерістер бағдарламаларын әзірлеу және оларды іске асыруды қамтамасыз ету қабілеті, ғылыми зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқару үшін сандық және сапалық әдістерді пайдалану қабілеті, әзірленген бағдарламаға сәйкес өз бетінше зерттеулер жүргізу қабілеті, бизнес-процестерді басқару және олардың тиімділігін бағалау үшін аналитикалық</p>	<p>Өтегенова К. А., экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы</p> <p>Утегенова К.А., кандидат экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Utegenova K.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer</p>

								<p>материалдарды дайындау кабілеті</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді менгеру нәтижесінде студент: 1. білуге тиіс: - қазіргі заманғы b-to-c және B-to-C нарықтарындағы әртүрлі компаниялардың жұмыс істеуінің бизнес-моделіндегі брендингтің ролі; - брендтердің түрлері және олардың компанияның маркалық портфеліндегі әртүрлі рөлдері; - брендинг теориялары мен құралдары; - бренд капиталын бағалау критерийлерін түсінудің негізгі модельдері; - брендтерді басқару принциптері;</p> <p>1.Пререквизиты:Экономика рынка труда</p> <p>2.Постреквизиты:Менеджмент организации</p> <p>3.Цель дисциплины:развитие ключевых компенсаций в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы. Одной из важных задач данной дисциплины является формирование у студентов языка профессионального общения через освоение понятий, терминов и концепций в сфере брендинга</p> <p>4.Содержание дисциплины:Бренд и брендинг: основные понятия дискуссия устный опрос. Система идентичности бренда Индивидуальность бренда. Стратегические брендкоммуникационные кампании (реклама, PR, продакт плейсмент</p> <p>5. Компетенции:способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию, способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами, способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой, способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности</p> <p>6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: 1. должен знать: - роль брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний на современных b-to-c и b-to-c рынках; - типы брендов и их различные роли в марочном портфеле компании; - теории и инструменты брендинга; - основные модели и понимание критериев оценки капитала бренда; - принципы управления брендами;</p> <p>1.Prerequisites:Labor market economics</p> <p>2.Post-requirements: Organization management</p> <p>3.The purpose of the discipline: the development of key compensations in the field of branding, i.e. the development of students' professional view of the activities of creating and managing brands, which will help them in the future to develop competitive and protectable trademarks, determine their positioning and image, manage their development taking into account the marketing strategies of the company. One of the important tasks of this discipline is the formation of the language of professional communication among students through the development of concepts, terms and concepts in the field of branding</p> <p>4. Content of the discipline: Brand and branding: basic concepts discussion oral survey. Brand identity system Brand identity. Strategic brand communication campaigns (advertising, PR, product placement</p> <p>5. Competencies: the ability to develop organizational development and change programs and ensure their implementation, the ability to use quantitative and qualitative methods for conducting research and managing business processes, the ability to conduct independent research in accordance with the developed program, the ability to prepare analytical materials for managing business processes and evaluating their effectiveness</p> <p>6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: 1. should know: - the role of branding in the business model of the functioning of various companies in modern b-to-c and b-to-c markets; - types of brands and their various roles in the brand portfolio of the company; - branding theories and tools; - basic models and understanding of criteria for assessing brand capital; - principles of brand management;</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--

М 8	БП ТК/ БД КВ / ВД СНС	IS-B 3211/ IS-B 3211/ IS-A 3211	IC- бухгалтерия/ IC- бухгалтерия IC-accounting	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттері: Бухгалтерлік есеп /Пререквизиты: Бухгалтерский учет / prerequisites: Accounting 2.Постреквизиттері: Өзгерістерді басқару /Постреквизиты:Управление изменениями / Postrequest:changemanagement</p> <p>3.Пәннің мақсаты: Бухгалтерлік есеп дегеніміз нақты бір шаруашылық іс-әрекет жүргізетін субъект туралы қаржылық ақпаратты жинап, өндеп, пайдаланушыларға беретін жүйе. /Цель дисциплины: Бухгалтерский учет - это система, которая собирает, обрабатывает и предоставляет пользователям финансовую информацию о конкретном бизнес-объекте. /Thepurposeofthediscipline: Accountingisasystemthatcollects, processes, andprovidesuserswithfinancialinformationaboutaparticularbusinessentity. calculates the economic effectiveness of the use of the next generation of commercial activities and commercial activity; develops the information, delivers it to a solid information technology, as long as it fails; длялиц, принимающих resolutions.</p> <p>4.Қысқашамазмұны: бухгалтерлікесеп: болашақтапайдалануақпараттарыменкәсіпорынис- әрекетітуралымәліметтердітіркеуарқылышаруашылықіс-әрекеттіөлшеу; мәліметтердіөңдейді, қажеттісәткешейінсақтап, пайдалыақпаратқаайналдыру; есепберуарқылышешімқабылдайтынтұлғаларғабереді. /Краткоесодержание:учетизмерениеэкономическойактивностиипутемрегистрации данныхдлябудущегоиспользованияикommerческойдеятельности; разрабатываетинформацию, превращаетеевполезнуюинформациюдотехпор, показатонеобходимо; длялиц, принимающихрешения /Summary:Calculates the economic effectiveness of the use of the next generation of commercial activities and commercial activity; develops the information, delivers it to a solid information technology, as long as it fails; длялиц, принимающих resolutions.</p> <p>5.Құзыреттілігі: Бухгалтерліқақпаратжәнебасқарушешімдерінқабылдаудыүйренеді /Компетенции: Изучает, какделаютучетнуюинформациюуправленческиерешения / Competencies: It is learned how to handle information and management decisions.</p> <p>6.Күтілетіннәтиже: Экономиканыңақпараттықкөздеріжәнеоныпайдаланушыретіндегіқаржылықесепб еруінзерделейді /Ожидаемыерезультаты: Информационныеисточникиэкономикииегофинансовуюотчетностькакпользовате ля /Expectedresults: Knowledgebased economics and its financial reporting as users.</p>	<p>Оралбаева а. к., экономика ғылымдарының кандидаты</p> <p>Оралбаева А.К., кандидат экономических наук</p> <p>Oralbayeva A.K., Candidate of Economic Sciences</p>
--------	-----------------------------	---------------------------------------	--	---	---	---	------------------------------	---	---	--

М 8	БП ТК/ БД КВ / ВД СНС	KKS 3304/ FSP 3304/ FSC3304	Кәсіпорын қаржылық стратегиясы/ Финансовая стратегия предприятия /Financial strategy of the company	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: Бухгалтерлік есеп</p> <p>2.Постреквизиттер: Стратегиялық маркетинг</p> <p>3.Пәннің мақсаты-университет түлектерінде ұйымның қаржылық стратегиясын қалыптастыру және практикалық іске асыру саласындағы белсенді қызметке дайындайтын Дағдылар мен дағдыларды қалыптастыруға ықпал ететін білімді қалыптастыру, қаржыны басқару саласындағы стратегиялық шешімдерді қабылдаудың теориялық негіздерімен танысу.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: ұйымның қаржылық стратегиясы: таңдаудың негізгі компоненттері мен әдіснамалық аспектілері.. Қаржылық стратегия және оның құрамдас бөліктері табысты қаржылық стратегияның маңызды құрамдас бөлігі ретінде компанияның бәсекеге қабілеттілігі . Қаржылық қызметтің стратегиялық мақсаттарын қалыптастыру. Инновация кәсіпорынның қаржылық стратегиясының негізі ретінде.. Ұйымның қаржылық ресурстарын қалыптастыру стратегиясы.. Ұйымның инвестициялық стратегиясы.. Ұйымның қаржылық қауіпсіздігін қамтамасыз ету стратегиясы. Сыртқы экономикалық қызметтің қаржылық стратегиясы</p> <p>5.Құзыреттіліктер: өзінің болашақ кәсібінің әлеуметтік маңыздылығын түсіну, кәсіби қызметті орындауға Жоғары мотивацияға ие болу, активтерді құндық бағалау, айналым капиталын басқару, қаржыландыру бойынша шешімдер қабылдау үшін қаржылық менеджменттің негізгі әдістерін қолдана білу, дивидендтік саясатты және капитал құрылымын қалыптастыру, инвестициялық шешімдер мен қаржыландыру шешімдерінің компания құнының (құнының) өсуіне әсерін бағалау қабілеті. Стратегиялық менеджмент құралдарын қолдана отырып, ұйымның стратегиясын жасауға қатысу</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент білуі керек: - қаржылық стратегияның мазмұны, оның қаржылық менеджменттегі рөлі мен орны; - ұйымның қаржылық стратегиясын қалыптастырудың негізгі принциптері; - ұйымның инвестициялық-инновациялық қызметін құқықтық қамтамасыз ету; - ұйымның сыртқы экономикалық қызметінің стратегиясын қалыптастыру процесі; - қаржылық стратегияны іске асырудағы дағдарысқа қарсы басқару;- ұйымның қаржылық стратегиясын қалыптастыру; - ықтимал тәуекелдерді анықтау және талдау жүргізілетін стратегиялық іс-шаралардың тиімділік дәрежесін бағалау</p>	<p>Талапбаева Г.Е., экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Talapbaeva G. E., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>
--------	-----------------------------	-----------------------------------	---	---	---	---	------------------------------	---	---	---

								<p>1.Пререквизиты:Бухгалтерский учет  2.Постреквизиты:Стратегический маркетинг  3.Цель дисциплины - формирование у выпускников университета знаний, которые способствуют формированию навыков и умений, которые подготовят их к активной деятельности в области формирования и практической реализации финансовой стратегии организации, ознакомления с теоретическими основами принятия стратегических решений в области управления финансами.  4.Содержание дисциплины:Финансовая стратегия организации: основные составляющие и методологические аспекты выбора.. Финансовая стратегия и ее составляющие Конкурентоспособность фирмы как важнейшая составляющая успешной финансовой стратегии . Формирование стратегических целей финансовой деятельности. Инновации как основа финансовой стратегии предприятия.. Стратегия формирования финансовых ресурсов организации.. Инвестиционная стратегия организации.. Стратегия обеспечения финансовой безопасности организации. Финансовая стратегия внешнеэкономической деятельности  5.Компетенции:осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формирование дивидендной политики и структуре капитала способностью оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента  6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: должен знать: - содержание финансовой стратегии, ее роль и место в финансовом менеджменте; - основные принципы формирования финансовой стратегии организации; - правовое обеспечение инвестиционно-инновационной деятельности организации; - процесс формирования стратегии внешнеэкономической деятельности организации; - антикризисное управление в реализации финансовой стратегии; должен уметь: - формировать финансовую стратегию организации; - выявлять и анализировать возможные риски оценивать степень эффективности проводимых стратегических мероприятий</p>	
								<p>1.Prerequisites:Accounting  2.Post-requirements:Strategic Marketing  3. The purpose of the discipline is the formation of knowledge among university graduates that contribute to the formation of skills and abilities that will prepare them for active activity in the field of formation and practical implementation of the financial strategy of the organization, familiarization with the theoretical foundations of strategic decision-making in the field of financial management.  4. Content of the discipline: Financial strategy of the organization: the main components and methodological aspects of the choice.. Financial strategy and its components The competitiveness of the company as the most important component of a successful financial strategy . Formation of strategic goals of financial activity. Innovation as the basis of the financial strategy of the enterprise.. Strategy of formation of financial resources of the organization.. The investment strategy of the organization.. The strategy of ensuring the financial security of the organization. Financial strategy of foreign economic activity  5.Competencies: awareness of the social significance of their future profession, having high motivation to perform professional activities, the ability to use basic methods of financial management for asset valuation, working capital management, decision-making on financing, the formation of dividend policy and capital structure, the ability to assess the impact of investment decisions and financing decisions on the growth of value (value) companies are willing to participate in the development of the organization's strategy using the tools of strategic management  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: must know: - the content of the financial strategy, its role and place in financial management; - the basic principles of the formation of the financial strategy of the organization; - legal support of the investment and innovation activities of the organization; - the process of forming the strategy of foreign economic activity of the organization; - crisis management in the implementation of the financial strategy; must be able to: - form the financial strategy of the organization; - identify and analyze possible risks and assess the effectiveness of strategic activities</p>	

М 5	БеПТК/ ПДКВ/ MS CC	Log 3304/ Log 3304/ Log 3304	Ауылшаруашы лығындағы логистика/ Логистика в сельском хозяйстве/ Logistics in agriculture	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент 2.Постреквизиттер: Қазыры аграрлық экономика 3.Пәннің мақсаты: кластерлік білім берудегі материалдық және ілеспе ақпараттық және қаржылық ағындарды басқару саласында білім, білік және практикалық дағдылар жүйесін қалыптастыру, АӨК кәсіпорындарының құрылымдық бөлімшелері мен олардың серіктестерінің кластерде өндірісте, сервисіте және кәсіпорының логистикалық жүйесінің басқа да функционалдық салаларында стандартты логистикалық технологияларды және кластерді жеткізу тізбегіне қол жеткізу үшін интеграцияланған өзара іс-қимылын ұйымдастыру Кәсіпорының корпоративтік мақсаттары ресурстардың оңтайлы шығындарымен. 4.Пәннің мазмұны: кластерлердің жұмыс істеу негіздері. Кластердің түсінігі мен мәні. Кластер түрлері . Кластерді дамыту және трансформациялау процесі, АӨК-дегі кластерлер. АӨК-де аумақтық логистикалық кластерлерді қалыптастыру . АӨК-де аумақтық кластерлерді қалыптастыру қағидаттары . Өңірдің АӨК-де кластерлердің жұмыс істеуі. Өңірдің АӨК жобалық-бағдарланған кластерлері. Жобаға бағдарланған кластерлер мен АӨК жеткізу тізбектерін интеграциялау. 5.Құзыреттері: стратегияларды, бизнес-жоспарларды, шарттарды, келісімдерді, келісімшарттарды әзірлеу тәртібін, ұйымды басқару құрылымын, логистикалық жүйелерді жобалау және құру қағидаттарын, логистикалық байланыстарды қалыптастыруды, жүктерді жеткізудің көліктік-логистикалық схемаларын оңтайландыру тәсілдерін, тәсілдері мен әдістерін, сыртқы экономикалық қызметтің негіздерін айқындауға қабілетті; Жеткізу тізбегіндегі Логистикалық қызмет саласындағы стратегияларды әзірлеуге, логистика мен жеткізу тізбегін басқарудың даму тенденцияларын болжауға және талдауға, компанияның көзқарасын, миссиясы мен құндылықтарын тұжырымдауға, жетекші компанияларды және жүк тасымалдау нарығындағы бәсекестік жағдайларын анықтауға қабілетті 6.Күтілетін нәтижелер: білу: - жобаларды іске асыру кезінде сыртқы байланыстарды кеңейту және тәжірибе алмасу үшін қажетті ақпаратты жинау жүйелері; білу: - бизнес-процестерді модельдеу және ұйымдардың практикалық қызметінде бизнес-процестерді қайта ұйымдастыру әдістерін пайдалану; меңгеру: - қажетті ақпаратты жинау жүйелерін пайдалана отырып, іскер әріптестермен байланысты ұйымдастыру және қолдау дағдылары</p>	<p>Шайнуров А. С., экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы</p> <p>Шайнуров А.С., кандидат экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Shainurov A.S., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer</p>
									<p>1.Пререквизиты:Инновационный менеджмент 2.Постреквизиты:Қазіргі аграрлық экономика 3.Цель дисциплины:формирование системы знаний, умений и практических навыков в области управления материальными и сопутствующими им информационным и финансовым потоками в кластерных образованиях, организации интегрированного взаимодействия структурных подразделений предприятий АПК и их партнеров в кластере путем применения стандартных логистических технологий в производстве, сервисе и других функциональных областях логистической системы предприятия и цепи поставок кластера для достижения корпоративной цели предприятия с оптимальными затратами ресурсов. 4.Содержание дисциплины:Основы функционирования кластеров. Понятие и сущность кластера. Виды кластеров . Процесс развития и трансформации кластера, кластеры в АПК. Формирование территориальных логистических кластеров в АПК . Принципы формирования территориальных кластеров в АПК . Функционирование кластеров в АПК региона. Проектно-ориентированные кластеры в АПК региона. Интеграция проектноориентированных кластеров и цепей поставок в АПК. 5.Компетенции:Способен определить порядок разработки стратегий, бизнес-планов, договоров, соглашений, контрактов, структуру управления организацией, принципы проектирования и построения логистических систем, формирования логистических связей, способы, приемы и методы оптимизации транспортно-логистических схем доставки грузов, основы внешнеэкономической деятельности;Способен разработать стратегии в области логистической деятельности в цепи поставок, прогнозировать и анализировать тенденции развития логистики и управления цепями поставок, формулировать видение, миссию и ценности компании, выявлять ведущие компании и условия конкуренции на рынке перевозок грузов 6.Ожидаемые результаты:знать: - системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов;уметь: - моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;владеть: - навыками организации и поддержки связей с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации</p>	

									<p>1.Prerequisites:Innovation management  2.Post-requirements:Modern agrarian economy economy  3. The purpose of the discipline:formation of a system of knowledge, skills and practical skills in the field of management of material and related information and financial flows in cluster formations, organization of integrated interaction of structural divisions of agricultural enterprises and their partners in the cluster through the use of standard logistics technologies in production, service and other functional areas of the logistics system of the enterprise and the supply chain of the cluster to achieve the corporate goal of the enterprise with optimal resource consumption.  4. Content of the discipline: Fundamentals of cluster functioning. The concept and essence of the cluster. Types of clusters . The process of cluster development and transformation, clusters in the agro-industrial complex. Formation of territorial logistics clusters in the agro - industrial complex . Principles of formation of territorial clusters in the agro - industrial complex . Functioning of clusters in the agro-industrial complex of the region. Project-oriented clusters in the agro-industrial complex of the region. Integration of project-oriented clusters and supply chains in the agro-industrial complex.  5.Competencies: Able to determine the procedure for developing strategies, business plans, contracts, agreements, contracts, the management structure of the organization, the principles of designing and building logistics systems, the formation of logistics links, methods, techniques and methods of optimizing transport and logistics schemes for cargo delivery, the basics of foreign economic activity; He is able to develop strategies in the field of logistics activities in the supply chain, predict and analyze trends in the development of logistics and supply chain management, formulate the vision, mission and values of the company, identify leading companies and competitive conditions in the cargo transportation market  6.Expected results: know: - systems for collecting the necessary information to expand external relations and exchange experience in the implementation of projects; be able to: - model business processes and use methods of business process reorganization in the practical activities of organizations; possess: - skills of organizing and maintaining relations with business partners using systems for collecting the necessary information</p>	
M 5	БелТТК/ ПДКВ/ MS CC	SM3304/ SM 3304/ SM 3304	Стресс-менеджмент/ Стресс-менеджмент/ Stress-management	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша-ауызша/письменно-устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент  2.Постреквизиттер: дағдарысты басқару  3.Пәннің мақсаты: студенттерде стресстік жағдайлардың себептері, факторлары және оларды басқару әдістері туралы терең теориялық білім қалыптастыру. Адам ағзасына басқарушылық қызмет аясында пайда болатын стресстің әсерін төмендетудің қолданыстағы әдістерін талдауға ерекше назар аударылады.  4.Пәннің мазмұны: стресс ұғымы. Адамның еңбек қызметіндегі стресстің рөлі. . Стресстік жағдайлардың қалыптасуына әсер ететін факторлар. Стресстік жағдайлардың алдын алу әдістері. Ұйым мен тұлға деңгейіндегі стрессті басқару. Қызметкерлердегі стресске төзімділікті арттыру әдістері. Стресстік жағдайлардан туындаған жағымсыз әсерлерді жеңу құралдары. Ұйымдағы стресстік жағдайлардың алдын алу жүйесін құру.  5.Құзыреттіліктер: өзінің жалпы мәдени және кәсіби деңгейін дамыту және зерттеудің жаңа әдістерін өз бетінше игеру қабілеті; өзінің кәсіби қызметінің бейінін өзгерту қабілеті қызметкерлердің ұйымдарын, бөлімшелерін, топтарын (командаларын), жобалары мен желілерін басқару қабілеті. Басқару пәндерін оқыту үшін оқу бағдарламаларын және әдістемелік қамтамасыз етуді әзірлеу қабілеті корпоративтік стратегияны әзірлеу қабілеті .Стратегиялық талдау әдістерін меңгеру.  6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент білуі керек: стресс-менеджменттің мақсаттары мен міндеттері; стресстің даму кезеңдері; стресстік жағдайларға әкелетін факторлардың жіктелуі; стресстік жағдайлардың алдын алу әдістері; ұйым мен тұлға деңгейіндегі стресстік жағдайларды басқару тәсілдері; білуі керек: стресстік жағдайлардың себептерін анықтау; стресстік жағдайлардың болуын диагностикалау құрылымдық бөлімшеде, тұтастай ұйымда нақты қызметкердің алдын алу; стресстік жағдайлардың алдын алуды жүргізу; стресстік жағдайлардан туындаған жағымсыз салдарды жеңу құралдарын қолданыңыз.</p>	<p>Өтегенова К. А., экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы</p> <p>Утегенова К.А., кандидат экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Utegenova K.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer</p>

									<p>1.Пререквизиты:Инновационный менеджмент  2.Постреквизиты:Антикризисный менеджмент  3.Цель дисциплины : формирование у студентов глубоких теоретических знаний относительно причин, факторов возникновения стрессовых ситуаций и методов управления ими. Особое внимание уделяется анализу существующих методик снижения влияния стресса, возникающего в рамках управленческой деятельности на организм человека.  4.Содержание дисциплины:Понятие стресса. Роль стресса в трудовой деятельности человека. . Факторы влияющие на формирование стрессовых ситуаций. Методы профилактики стрессовых ситуаций. Управление стрессом на уровне организации и личности. Методы повышения стрессоустойчивости у сотрудников. Инструменты преодоления негативных последствий, вызванных стрессовыми ситуациями. Построение системы профилактики стрессовых ситуаций в организации.  5.Компетенции:Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования;Способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин Способность разрабатывать корпоративную стратегию .Владение методами стратегического анализа.  6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: должен знать: цели и задачи стресс-менеджмента; этапы развития стресса; классификацию факторов, приводящих к стрессовым ситуациям; методики профилактики стрессовых ситуаций;подходы к управлению стрессовыми ситуациями на уровне организации и личности;должен уметь: выявлять причины стрессовых ситуаций; диагностировать наличие стрессовой ситуации у конкретного работника, в структурном подразделении, в организации в целом; проводить профилактику стрессовых ситуаций; применять инструменты преодоления негативных последствий, вызванных стрессовыми ситуациями.</p> <p>1.Prerequisites:Innovation management  2.Post-requirements:Crisis management  3. The purpose of the discipline: the formation of students' deep theoretical knowledge about the causes, factors of stressful situations and methods of managing them. Special attention is paid to the analysis of existing methods of reducing the impact of stress arising in the framework of management activities on the human body.  4. The content of the discipline: The concept of stress. The role of stress in human labor activity. . Factors influencing the formation of stressful situations. Methods of prevention of stressful situations. Stress management at the level of organization and personality. Methods of increasing stress tolerance in employees. Tools for overcoming negative consequences caused by stressful situations. Building a system for the prevention of stressful situations in the organization.  5. Competencies: The ability to develop one's general cultural and professional level and independently master new research methods; The ability to change the profile of one's professional activity; The ability to manage organizations, divisions, groups (teams) of employees, projects and networks. Ability to develop training programs and methodological support for teaching management disciplines Ability to develop corporate strategy .Possession of methods of strategic analysis.  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: must know: the goals and objectives of stress management; stages of stress development; classification of factors leading to stressful situations; methods of prevention of stressful situations; approaches to managing stressful 1 situations at the level of the organization and personality; must be able to: identify the causes of stressful situations; diagnose the presence of stressful situations of a particular employee, in a structural unit, in the organization as a whole; to carry out the prevention of stressful situations; apply tools to overcome the negative consequences caused by stressful situations.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



M 8	БөП ТК/ ПД KB/ MSCC	KBV3305/ OBP 3305/ BVE 3305	Ауылшаруаушы лы ғы өнімдерінің мерчендайзинг i/ Merчендайзинг сельскохозяйст венной продукции/ Merchandising of agricultural product	5	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	жазбаша- ауызша/письме нно- устно/written form-orally	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпкерлік 2.Постреквизиттер: Қазіргі аграрлық экономика 3.Пәннің мақсаты: ауыл шаруашылығында сауда жүйесін ұйымдастыру және мерчендайзингтің технологиялары мен әдістері негізінде бөлшек сауданы басқару саласында білім алушыларда кәсіби құзыреттілікті қалыптастыру. 4.Пәннің мазмұны: ауыл шаруашылығындағы сауда ұғымы мен маңызы. Сауда-саттықтың мақсаттары, міндеттері, принциптері мен функциялары. Сауда - саттықтың пайда болуы және эволюциясы. Мерчендайзингтік технологиялар объектілері және мерчендайзингтік қызметке қатысушылар. Табысты сауда жүйесін құрудың негізгі ережелері мен заңдары. Ауыл шаруашылығындағы тауарлар мен сауда кәсіпорындарын жіктеуге мерчендайзингтік тәсіл. Тұтынушылардың адалдығы және сауда. Ауыл шаруашылығындағы бөлшек сауда жүйесіндегі санатты сауда. Сату орындарындағы тұтынушылардың мінез-құлқының ерекшеліктері. Рефлекстер теориялары негізінде сауда принциптерін қалыптастыру. Сауда залы кеңістігінде және уақыт бойынша танымдық ресурстарды бөлу. 5.Құзыреттері: академиялық және кәсіби өзара іс-қимыл үшін заманауи коммуникативтік технологияларды, оның ішінде шет тілінде(иностран) қолдануға қабілетті; маркетингтік стратегияны қалыптастыруға, ұйымның маркетингтік қызметін жоспарлауға және бақылауға қабілетті 6.Күтілетін нәтижелер: білу: қазіргі заманғы сауда бизнесіндегі сауда-саттық тұжырымдамасы, мақсаттары, міндеттері, принциптері мен функциялары; табысты сауда-саттықтың тиімді жүйесін құрудың негізгі ережелері; сату орындарындағы тұтынушылардың мінез-құлқының ерекшеліктері және сатып алу туралы шешім қабылдау процесінің негізгі кезеңдері; бөлшек сауда желісінде сауда стандарттарын әзірлеу және енгізу процесін ұйымдастыру және кәсіпорындағы сауда тиімділігін бағалау әдістері және мерчендайзерлердің жұмысы (индикатормен байланысты; әртүрлі түрдегі және типтегі сауда кәсіпорындарында тиімді сауда жүйесін ұйымдастыру; сауда залының ауданын сегментациялауды және сатып алушылардың қозғалыс маршруттарын қалыптастыру үшін жабдықтарды, тауарларды, есептеу тораптарын дұрыс орналастыруды жүзеге асыру; сауда залындағы "суық" және "ыстық" аймақтарға талдау жүргізу; тауар мен сату орнын ресімдеуді ұйымдастыру;бөлшек сауда кәсіпорының жалпы ережелері мен қағидаттары негізінде бөлшек сауда кәсіпорының тұжырымдамаларына сәйкес келетін және оның өсуіне ықпал ететін стандарттарды әзірлеу инновациялық технологияларын зерделеу және енгізу және кәсіпорында және мерчендайзерлердің жұмысында мерчендайзингтің тиімділігін бағалауды жүзеге асыру.</p> <p>1.Пререквизиты:Предпринимательство 2.Постреквизиты:Современная аграрная экономика 3.Цель дисциплины: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области управления розничными продажами на основе технологий и методов мерчендайзинга и организации системы мерчендайзинга в сельском хозяйстве. 4.Содержание дисциплины:Понятие и значение мерчендайзинга в сельском хозяйстве. Цели, задачи, принципы и функции мерчендайзинга. Происхождение и эволюция мерчендайзинга. Объекты мерчендайзинговых технологий и участники мерчендайзинговой деятельности. Основные правила и законы создания системы успешного мерчендайзинга.Мерчендайзинговый подход к классификации товаров и торговых предприятий в сельском хозяйстве. Лояльность потребителей и мерчендайзинг. Категорийный мерчендайзинг в системе розничных продаж в сельском хозяйстве.Особенности поведения потребителей в местах продажи. Формирование принципов мерчендайзинга на основе теории рефлексов. Распределение познавательных ресурсов в пространстве торгового зала и во времени. 5.Компетенции::способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; :Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации 6.Ожидаемые результаты:Знать: понятие, цели, задачи, принципы и функции мерчендайзинга в современном торговом бизнесе; основные правила создания эффективной системы успешного мерчендайзинга; особенности поведения потребителей в местах продажи и основные этапы процесса принятия решения о покупке;организацию процесса разработки и внедрения стандартов мерчендайзинга в розничной сети и способы оценки эффективности мерчендайзинга на предприятии и работы мерчендайзеров(соотнесено с индикатором;организовать эффективную систему мерчендайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов; осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения покупателей; проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале; анализировать оформление товара и места продажи;разрабатывать на основании общих правил и принципов мерчендайзинга стандарты, соответствующие концепции предприятия розничной торговли и способствующие росту его доходности; изучать и внедрять инновационные технологии мерчендайзинга и осуществлять оценку эффективности мерчендайзинга на предприятии и работы мерчендайзеров.</p>	<p>Смағұлова Ж. Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смағұлова Ж.Б., магистр экономический наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>
--------	---------------------------	-----------------------------------	---	---	---	---	------------------------------	---	--	--

									<p>1.Prerequisites:Entrepreneurship  2.Post-requirements:Modern agrarian economy  3. The purpose of the discipline: the formation of students' professional competencies in the field of retail sales management based on merchandising technologies and methods and the organization of a merchandising system in agriculture.  4. Content of the discipline: The concept and meaning of merchandising in agriculture. Goals, objectives, principles and functions of merchandising. The origin and evolution of merchandising. Objects of merchandising technologies and participants of merchandising activity. The basic rules and laws of creating a successful merchandising system. Merchandising approach to the classification of goods and trading enterprises in agriculture. Customer loyalty and merchandising. Categorical merchandising in the system of retail sales in agriculture. Features of consumer behavior at points of sale. Formation of merchandising principles based on reflex theories. Distribution of cognitive resources in the space of the trading floor and in time.  5.Competencies: :able to apply modern communication technologies, including in a foreign language(s), for academic and professional interaction; :Able to form a marketing strategy, plan and control the marketing activities of the organization  6.Expected results: To know: the concept, goals, objectives, principles and functions of merchandising in modern retail business; the basic rules for creating an effective system of successful merchandising; features of consumer behavior at points of sale and the main stages of the purchase decision-making process; organization of the process of developing and implementing merchandising standards in the retail network and ways to assess the effectiveness of merchandising at the enterprise and the work of merchandisers (correlated with the indicator; to organize an effective merchandising system in trading enterprises of various types and types; to carry out the segmentation of the area of the trading floor and the correct placement of equipment, goods, calculation nodes for the formation of customer routes; to analyze the "cold" and "hot" zones in the trading floor; to organize the design of goods and places of sale; to develop standards based on the general rules and principles of merchandising that correspond to the concept of a retail company and contribute to its growth profitability; study and implement innovative merchandising technologies and evaluate the effectiveness of merchandising at the enterprise and the work of merchandisers.</p>	
M7	БП ТК/ БД КВ/ BD CC	SMM 3208/ SMM 3208/ SMM3208	SMM маркетинг / SMM маркетинг/ SMM marketing	6	3	6	емтихан/ экзамен/ exam	Тест/тест/test	<p>1.Пререквизиттері: Кәсіпкерлік  2.Постреквизиттері: Сауда маркетингі  3.Пәннің мақсаты: әлеуметтік медианы дамыту мен оның жұмыс істеуінің қазіргі заманғы модельдерін игеру; әлеуметтік медиада маркетингі жоспарлау және бағалау құралдарын қолдану тәжірибесін алу; әлеуметтік медиада маркетинг практикасын талдау; әлеуметтік медиада маркетингтің қазіргі заманғы шетелдік практикаларын бейімдеу  4. Қысқаша мазмұны: Әлеуметтік медианың айрықша ерекшеліктері: ақпараттың қолжетімділігі; оны жарияланған түрде редакциялау мүмкіндігі; интерактивтілік; жарияланымдардың танымалдылығын қадағалау мүмкіндігі; ескі материалдарға жылдам қол жеткізу; мультимедиялық; жеке кеңістікті азайту; материалдарды келісу рәсімінің міндетті еместігі; кеңістіктік шектеулердің болмауы; көлемі бойынша шектеусіз; жеделділік (жедел әрекет ету); басқа материалдарға сілтемелер; беттің мазмұнын толық бақылау. 5.Күзйреттілігі: ұйымның маркетинг құрылымындағы әлеуметтік медиа маркетингінің орны; әлеуметтік медиа маркетинг саласындағы кәсіби терминология, оның ішінде ағылшын тілінде; Әлеуметтік медиа маркетингінің заманауи модельдері мен құралдары; даму тенденциялары, әлеуметтік медиа маркетингке арналған өзекті зерттеулерді біледі  6. Күтілетін нәтижелер: мультимедиялық және интерактивті құралдарды қолданатын интеграцияланған маркетингтік-коммуникациялық компанияларды жоспарлау және құру дағдылары; SMM-де медиа өнімдерін өндіруге аудиторияның қатысуын ұйымдастыру дағдылары; интеграцияланған маркетингтік-коммуникациялық нақандарда SMM бағалау және басқару тәжірибесі.</p> <p>1.Пререквизиты: Маркетинг  2. Постреквизиты: Интернет маркетинг, Разработка управленческих решений  3. Цель дисциплины:усвоениесовременных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;анализ практики маркетинга в социальных медиа;адаптациясовременных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа</p>	<p>Смагулова Ж.Б.,экономика магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б. магистр экономики.ст. преподаватель</p> <p>Smagulova Zh. B. Master of Economics.senior lecturer</p>

									<p>4.Краткое содержание курса: Отличительные особенности социальных медиа: доступность информации; возможность ее редактирования в опубликованном виде; интерактивность; возможность отслеживания популярности публикаций; быстрый доступ к старым материалам; мультимедийность; минимизация личного пространства; необязательность процедуры согласования материалов; отсутствие пространственных ограничений; неограниченность по объему; оперативность (мгновенное реагирование); ссылки на другие материалы; неполный контроль над содержанием страницы.</p> <p>5.Компетенции: знает место маркетинга в социальных медиа в структуре маркетинга организации; профессиональную терминологию в области маркетинга в социальных медиа, в том числе на английском языке; современные модели и инструменты маркетинга в социальных медиа; тренды развития, актуальные исследования, посвященные маркетингу в социальных медиа;</p> <p>6.Ожидаемые результаты: навыки планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства; навыками организации участия аудитории в производстве медиапродукции в SMM; опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетинговокоммуникационных кампаниях.</p> <p>1.Prerequisites: Marketing</p> <p>2. Post-requirements: Internet marketing, Development of management solutions</p> <p>3. The purpose of the discipline: assimilation of modern models of development and functioning of social media; gaining experience in the use of tools for planning and evaluating marketing in social media; analysis of marketing practices in social media; adaptation of modern foreign marketing practices in social media</p> <p>4. Summary of the course: Distinctive features of social media: accessibility of information; the ability to edit it in published form; interactivity; the ability to track the popularity of publications; quick access to old materials; multimedia; minimization of personal space; optional procedure for approving materials; lack of spatial restrictions; unlimited volume; efficiency (instant response); links to other materials; incomplete control over the content of the page.</p> <p>5.Competencies: recognizes the place of social media marketing in the marketing structure of the organization; professional terminology in the field of social media marketing, including in English; modern models and tools of social media marketing; development trends, current research on social media marketing;</p> <p>6.Expected results: skills in planning and creating integrated marketing and communication campaigns using multimedia and interactive tools; skills in organizing audience participation in the production of media products in SMM; experience in evaluating and managing SMM in integrated marketing and communication campaigns.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

M 5	БeП ТК/ ПД KB/ MS CC	Dkm3306/ Akm3306/ Arm3306	Дағдарысқа қарсы менеджмент/ Антикризисны й менеджмент/ Anti- recessionaryma nagement	5	3	6	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиті: Бизнес негіздері, Менеджмент</p> <p>2.Постреквизиті: Кәсіпорын стратегиясы, Өнеркәсіп экономикасы</p> <p>3.Пәннің мақсаты: Кәсіпорын экономикадағы бәсекеге қабілеттілігінің ұлттық моделін қалыптастырудың параметрлері зерттеледі. Сонымен бірге, ұлттық экономикалық жүйелердің ғаламдық бәсекеге қабілеттілігі мәселесінің теориялық көзқарастары қарастырылады.</p> <p>4.Қысқаша мазмұны: Өндірістік цикл, оның экономикалық мәні. Кәсіпорынның өндірістік құрылымы және оны жетілдіру жолдары Өндірісті қоғамдық ұйымдастыру формалары Кәсіпорынның көмекші және қызмет көрсетуші өндірістерін ұйымдастыру Көліктік шаруашылықты ұйымдастыру Жоспарлауды ұйымдастыру процесі 5.Құзыреттілігі: Ғаламдық бәсекеге қабілеттілікті бағалау тұрғысынан кәсіпорынның макроэкономикалық жетістіктерін талдау және жетілдіруге үйретеді.</p> <p>6.Күтілетін нәтиже: Болашақ маманкәсіпорындардың тиімді даму жолдарын табу және негіздей білуі, нәтижесінде өндіріс қызметінде еңбек, материалдық және қаржылық ресурстарды басқаруы және толық пайдалануы қажет. Кәсіпорынның бизнес-жоспары.</p> <p>1.Пререквизиты: Основы бизнеса, Менеджмент</p> <p>2.Постреквизиты: Стратегия предприятия, Промышленная экономика</p> <p>3.Цель дисциплины: Изучаются параметры формирования национальной модели конкурентоспособности предприятия. В то же время рассматриваются теоретические подходы к проблеме глобальной конкурентоспособности национальных экономических систем.</p> <p>4.Краткое содержание: Производственный цикл, его экономическая сущность. Производственная структура предприятия и пути его совершенствования Формы общественной организации производства Организация дочерних и сервисных предприятий предприятия Организация транспортной организации Организация планирования Бизнес-план предприятия.</p> <p>5.Компетентность: С точки зрения глобальной оценки конкурентоспособности, он учит предприятие анализировать и улучшать макроэкономические достижения.</p> <p>6.Ожидаемые результаты: Найти и обосновать пути эффективного развития будущих предприятий, в результате чего им необходимо управлять и использовать трудовые, материальные и финансовые ресурсы в производстве.</p>	<p>Мусаева Г.И. э.ғ.магистрі,аға оқытушы</p> <p>Мусаева Г.И. эк.магистр, старший преподаватель</p> <p>Mysaeva G.I Master of economy, senior lecturer</p>
									<p>1. Required: Basics of Business, Management</p> <p>2.Postrequest:</p> <p>3.The purpose of the discipline: Parameters of the formation of the national model of competitiveness of the enterprise are studied. At the same time, theoretical approaches to the problem of global competitiveness of national economic systems are considered.</p> <p>4.Brief content: he production cycle, its economic essence. Production structure of the enterprise and ways of its improvement forms of social organization of production Organization of subsidiaries and service enterprises of the enterprise Organization of the transport organization Organization of planning Business plan of the enterprise.</p> <p>5.Competence: From the standpoint of global competitiveness assessment, it teaches the enterprise to analyze and improve macroeconomic achievements.</p> <p>6.Expected results: Find and justify the ways of effective development of the future enterprises, as a result of which they need to managing and utilizing labor, material and financial resources in production.</p>	

M 5	БеП ТК/ ПД KB/ MS CC	M3306/ M3306/ MR3306	Менеджмент организации/ Ұйымның менеджменті/ Organization management	5	3	6	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: еңбек нарығының экономикасы</p> <p>2.Постреквизиттер: корпоративтік маркетингтің тиімділігі</p> <p>3.Пәннің мақсаты: студенттерге тиімді басқару шешімдерін қабылдауға, ұйымның қызметін дұрыс жоспарлауға, әртүрлі бизнес-процестерді ұйымдастыруға, қызметкерлерді алға қойған мақсаттарына жетуге ынталандыруға, ұйым қызметкерлерінің жұмыс нәтижесін бақылауға, сондай-ақ менеджерге қажетті жеке және кәсіби қасиеттерді дамытуға мүмкіндік беретін ұйым менеджменті саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды алу.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: қазіргі қоғамдағы ұйымның орны мен ролі. Ұйымдардың жұмыс істеуінің негізгі экономикалық элементтері мен көрсеткіштері. Ұйым менеджментінің негізгі функциялары</p> <p>5.Құзыреттіліктер: бизнес-процестерді модельдеу және ұйымның практикалық қызметінде бизнес-процестерді қайта ұйымдастыру әдістерін қолдана білу; стратегиялық және жедел басқару міндеттерін шешу үшін мотивацияның, көшбасшылық пен биліктің негізгі теорияларын қолдану дағдыларын меңгеру, сондай-ақ топтық динамика процестері мен команданы қалыптастыру принциптерін білу негізінде топтық жұмысты ұйымдастыру, адам ресурстарына аудит жүргізу және ұйымдастыру мәдениетін диагностикалауды жүзеге асыру</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент қабілеттілігі мен дайындығын көрсетуі керек-кәсіби функцияларды жүзеге асыруға байланысты мақсаттар қою және міндеттер тұжырымдау; - ұйымның сыртқы және ішкі ортасын талдау, оның негізгі элементтерін анықтау және олардың ұйымға әсерін бағалау; - ұйымдық құрылымды талдау және оны жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу; - командалық өзара әрекеттесуді ұйымдастыру басқару міндеттерін шешу үшін; - ұйымдағы коммуникациялық процестерді талдау және олардың тиімділігі бойынша ұсыныстар әзірлеу; - ұйымдық мәдениетті диагностикалау, оның күшті және әлсіз жақтарын анықтау, оны жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу;</p>	<p>Өтегенова К. А., экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы</p> <p>Утегенова К.А., кандидат экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Utegenova K.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer</p>
									<p>1.Пререквизиты: Экономика рынка труда</p> <p>2.Постреквизиты: Эффективность корпоративного маркетинга</p> <p>3.Цель дисциплины: получение теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента организации, которые дадут студентам принимать эффективные управленческие решения, правильно планировать деятельность организации, организовывать различные бизнес-процессы, мотивировать персонал для достижения поставленных целей, контролировать результат работы сотрудников организации, а также способствовать развитию личностных и профессиональных качеств, необходимых менеджеру.</p> <p>4.Содержание дисциплины: Место и роль организации в современном обществе. Основные экономические элементы и показатели функционирования организаций. Основные функции менеджмента организации</p> <p>5.Компетенции: умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации; владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>6.Ожидаемые результаты: В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать способность и готовность - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; - анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по их эффективности; - диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</p>	

									<p>1.Prerequisites:Labor market economics</p> <p>2.Post-requirements:Effectiveness of corporate marketing</p> <p>3.The purpose of the discipline: obtaining theoretical knowledge and practical skills in the field of organization management, which will allow students to make effective management decisions, properly plan the activities of the organization, organize various business processes, motivate staff to achieve their goals, monitor the results of the work of employees of the organization, as well as contribute to the development of personal and professional qualities necessary for a manager.</p> <p>4. The content of the discipline: The place and role of the organization in modern society. The main economic elements and indicators of the functioning of organizations. The main functions of the organization's management</p> <p>5.Competencies: the ability to model business processes and use methods of business process reorganization in the practical activities of the organization; the skills to use the basic theories of motivation, leadership and power to solve strategic and operational management tasks, as well as to organize group work based on knowledge of group dynamics processes and principles of team formation, the ability to audit human resources. resources and carry out diagnostics of organizational culture</p> <p>6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student must demonstrate the ability and willingness to - set goals and formulate tasks related to the implementation of professional functions; - analyze the external and internal environment of the organization, identify its key elements and assess their impact on the organization; - analyze the organizational structure and develop proposals for its improvement; - organize team interaction for solving management tasks; - analyze communication processes in the organization and develop proposals for their effectiveness; - diagnose organizational culture, identify its strengths and weaknesses, develop proposals for its improvement;</p>	
M 9	БП ТК/ БД KB/ BD CC	ZEN4212/ OZE4212/ FDE4212	Нарықтарды талдау/ Анализ рынков/ Market analysis	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Жобаларды басқару</p> <p>2.Постреквизиттер: өзгерістерді басқару</p> <p>3.Пәннің мақсаты: кәсіпорынның ақпараттық қажеттіліктерін бағалау бойынша теориялық және практикалық білім, Дағдылар мен дағдыларды игеру, жедел Маркетингтік Шешімдер қабылдау үшін өзекті, сенімді және сенімді ақпаратқа басшылықты қамтамасыз ету процесінде маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу, маркетингтік зерттеулерді іс жүзінде жүзеге асыру үшін қажетті жалпы мәдени және кәсіби құзыреттерді қалыптастыру.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: маркетингтік зерттеудің мәні, рөлі және Жоспары іздеу маркетингтік зерттеулер және олардың ерекшеліктері. Дескриптивті маркетингтік зерттеулер. Себеп-салдарлық маркетингтік зерттеулер. Таңдамалы маркетингтік зерттеулер. Деректерді жинау: далалық жұмыстар. Деректерді талдауға дайындау. Маркетингтік зерттеулер нәтижелері туралы есепті дайындау және оны ұсыну</p> <p>5.Құзыреттіліктер: маркетингтік зерттеулер технологиясы негізінде нарықты талдайды; қойылған міндеттерді шешу мақсатында нарықтарды талдайды және маркетингтік зерттеулер жүргізеді</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: біледі: - нарықты талдау негіздері және маркетингтік зерттеулердің мәні, сондай-ақ оларды кәсіпорында жүргізудің рөлі; - маркетингтік зерттеулер жүргізу алгоритмі және негізгі кезеңдердің сипаттамасы: - компания нарығын зерттеу кезінде негізгі маркетингтік технологияларды қолдана алады; - маркетингтік зерттеулер жүргізу негізінде мүмкін болатын шешімдердің негіздемесін тауып, олардың ең оңтайлысын таңдауға: - жаңа технологияларды енгізуді негіздеу, нарық конъюнктурасын ескере отырып, өнім ассортиментін өзгерту мақсатында ұйымның құрылымдық бөлімшесінің өндірістік-шаруашылық қызметіне маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын меңгереді;</p>	<p>Талапбаева Г.Е., Экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Talapbayeva G. E., candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>

								<p>1.Пререквизиты:Управление проектами</p> <p>2.Постреквизиты:Управление изменениями</p> <p>3.Целью дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков по оценке информационных нужд предприятия, организации и проведения маркетинговых исследований в процессе обеспечения руководства актуальной, надежной и достоверной информацией для принятия оперативных маркетинговых решений, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для практического осуществления маркетинговых исследований.</p> <p>4.Содержание дисциплины:Сущность, роль и план маркетингового исследования Поисковые маркетинговые исследования и их особенности. Дескриптивные маркетинговые исследования. Причинно-следственное маркетинговое исследование. Выборочное маркетинговое исследование. Сбор данных: полевые работы. Подготовка данных к анализу. Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация</p> <p>5.Компетенции: Анализирует рынок на основе технологии маркетинговых исследований; Анализирует рынки и проводит маркетинговые исследования с целью решения поставленных задач</p> <p>6.Ожидаемые результаты:Знает: - основы анализа рынка и сущность маркетинговых исследований, а также роль их проведения на предприятии; - алгоритм проведения маркетинговых исследований и характеристику основных этапов Умеет: - применять основные маркетинговые технологии при проведении исследований рынка компании; - находить обоснование возможных решений и выбирать наиболее оптимальное из них на основе проведения маркетинговых исследований Владеет: - навыками проведения маркетинговых исследований производственнохозяйственной деятельности структурного подразделения организации в целях обоснования внедрения новых технологий, смены ассортимента продукции с учетом конъюнктуры рынка;</p>	
								<p>1.Prerequisites:Project management</p> <p>2.Post-requirements:Change Management</p> <p>3.The purpose of the discipline: the acquisition of theoretical and practical knowledge, skills and abilities to assess the information needs of the enterprise, the organization and conduct of marketing research in the process of providing management with relevant, reliable and reliable information for making operational marketing decisions, the formation of general cultural and professional competencies necessary for the practical implementation of marketing research.</p> <p>4. Content of the discipline: The essence, role and plan of marketing research Search marketing research and their features. Descriptive marketing research. Causal marketing research. Selective marketing research. Data collection: field work. Preparing data for analysis. Preparation of a report on the results of marketing research and its presentation</p> <p>5.Competencies: Analyzes the market based on marketing research technology; Analyzes markets and conducts marketing research in order to solve the tasks set</p> <p>6.Expected results: Knows: - the basics of market analysis and the essence of marketing research, as well as the role of their conduct at the enterprise; - the algorithm of marketing research and the characteristics of the main stages is able to: - apply the basic marketing technologies in conducting market research of the company; - to find justification for possible solutions and choose the most optimal one based on marketing research Has: - skills of conducting marketing research of production and economic activities of the structural unit of the organization in order to justify the introduction of new technologies, changing the product range taking into account market conditions;</p>	

M 7	БП ТК/ БД KB/ BD CC	Up14212/ OzgB4212/ ChM4212	Өзгерістерді басқару/ / Управление изменениями Changemanagement	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Жобаларды басқару 2.Постреквизиттер: Маркетингтік жоспарлау және аудит 3.Пәннің мақсаты: ұйымдастырушылық өзгерістерді басқарудың заманауи тәсілдерін зерделеу, қызметкерлердің қарсылығымен жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру, сондай-ақ ұйымдастырушылық өзгерістерді жүргізудің стратегиялары мен жоспарларын қалыптастыру. 4.Пәннің мазмұны: ұйымдағы өзгерістер негіздері. Даму және өзгеріс қажеттілігі. Ұйымдастырушылық өзгерістерге қарсылық, оның себептері мен күресу әдістері. Ұйымдық өзгерістерді жүзеге асыру жағдайында қарым-қатынастарды басқару. Өзін-өзі оқыту ұйымы. Өзгерістер: заңдар мен стратегиялар, принциптер мен модельдер. Ұйымдастырушылық өзгерістер жағдайында тиімді команда құру . Өзгерістер көшбасшысы. 5.Құзыреттіліктер: топтық динамика процестерін және команданы қалыптастыру принциптерін білу негізінде топтық жұмысты тиімді ұйымдастыруға қабілетті. Жеке және кәсіби өзін-өзі дамытуға ұмтылады .Әріптестермен кооперацияға, ұжымда жұмыс істеуге дайын. Ұйымдық-басқару шешімдерін табуға және олар үшін жауапты болуға қабілетті 6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент білуі керек: ұйымдағы даму мен өзгерістердің заңдылықтары; ұйымдағы өзгерістердің типологиясы; ұйымдағы өзгерістерді жүзеге асырудың әдістері мен стратегиялары; ұйымдық өзгерістерді жүзеге асырудың психологиялық аспектілері; өзгерістерге қарсылықтың пайда болу себептері; өзгерістерді жүзеге асыру жағдайындағы қатынастарды басқарудың әдіснамалық негіздері; өзін-өзі оқытатын ұйымның жұмыс істеу принциптері; теорияның даму кезеңдері білімді басқару; өзгерістер тобын құрудың теориялық негіздері; білуі тиіс: қарсылықты басқару әдістерін қолдану; өзгерістер жағдайында тиімді өзара іс-қимыл жасау тәсілдерін анықтау; өзгерістерді басқарудың тиімді стилін таңдау; өзгерістерді жүзеге асыру стратегиясын таңдау; ұйымда білімді басқару жүйесін қалыптастыру;</p>	<p>Талапбаева Г.Е., Экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Talapbayeva G. E., candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>
									<p>1.Пререквизиты:Управление проектами 2.Постреквизиты:маркетинговое планирование и аудит 3.Цель дисциплины: изучение современных подходов к управлению организационными изменениями, формирование навыков работы с со-противлением персонала, а также формирования стратегий и планов проведения организационных изменений. 4.Содержание дисциплины:Основы изменений в организации. Необходимость развития и изменения. Сопротивление организационным изменениям, его причины и методы преодоления. Управление взаимоотношениями в условиях осуществления организационных изменений. Самообучающаяся организация. Изменения: законы и стратегии, принципы и модели. Построение эффективной команды в условиях организационных изменений. . Лидер изменений. 5.Компетенции:Способен эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды. Стремится к личностному и профессиональному саморазвитию .Готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе. Способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность 6.Ожидаемые результаты:В результате освоения дисциплины студент: должен знать: закономерности развития и изменений в организации; типологию изменений в организации; методы и стратегии осуществления изменений в организации; психологические аспекты осуществления организационных изменений; причины возникновения сопротивления изменениям; методологические основы управления взаимоотношениями в условиях осуществления изменений; принципы функционирования самообучающейся организации; этапы развития теории управления знаниями; теоретические основы построения команды изменений; должен уметь: применять методы управления сопротивлением; определять способы эффективного взаимодействия в условиях изменений; выбирать эффективный стиль управления изменениями; выбирать стратегию осуществления изменений; формировать систему управления знаниями в организации;</p>	



									<p>1.Prerequisites:Project management  2.Post-requirements:marketing planning and audit  3. The purpose of the discipline: the study of modern approaches to managing organizational changes, the formation of skills to work with staff resistance, as well as the formation of strategies and plans for organizational changes.  4. Content of the discipline:Fundamentals of changes in the organization. The need for development and change. Resistance to organizational change, its causes and methods of overcoming. Relationship management in the context of organizational changes. Self-learning organization. Changes: laws and strategies, principles and models. Building an effective team in the face of organizational changes. Leader of changes.  5. Competencies: Able to effectively organize group work based on knowledge of group dynamics processes and principles of team formation. Strives for personal and professional self - development .I am ready to cooperate with colleagues, work in a team. He is able to find organizational and managerial decisions and is ready to be responsible for them  6. Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: must know: patterns of development and changes in the organization; typology of changes in the organization; methods and strategies for implementing changes in the organization; psychological aspects of implementing organizational changes; causes of resistance to change; methodological foundations of relationship management in the context of changes; principles of functioning of a self-learning organization; stages development of the theory of knowledge management; theoretical foundations of building a team of changes; must be able to: apply resistance management methods; determine ways of effective interaction in the face of changes; choose an effective style of change management; choose a strategy for implementing changes; form a knowledge management system in the organization;</p>	
M 7	БП ТК/ БД KB/ BD CC	AZMT 4307/ SMT 4307 MMT 4307	АӨК-дегі заманауи маркетингтік технологиялар/ / Современные маркетинговые технологии в АПК/ Modern marketing technologies in the agroindustrial corpmplex	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: экономикалық талдау  2.Постреквизиттер: Қазіргі аграрлық экономика  3.Пәннің мақсаты: студенттерде маркетингтік қызметті практикалық іске асыру, Агроөнеркәсіптік кешендегі заманауи нарықтық процестерді түсіну және оның АӨК-дегі тиімді маркетингтік технологияларын қолдану мәселелері бойынша кәсіби білім, білік және дағдылар жүйесін қалыптастыру.  4.Пәннің мазмұны: пәнге кіріспе. Агроөнеркәсіптік кешендегі маркетингті қолдану мүмкіндіктері "Агроөнеркәсіптік кешендегі практикалық маркетинг процедуралары".Өнім ассортиментін талдау бойынша жұмыстарды жүргізу сату бағасын белгілеу бойынша жұмыстарды жүргізу.Өнімді өткізу болжамын әзірлеу. Тауар қозғалысын ұйымдастыру бойынша жұмыстар жүргізу. "Практикалық маркетингті басқару". Өткізуді ынталандыру жөніндегі бағдарламаларды әзірлеу және іске асыру .Өнімді жарнамалау бойынша жұмыстар жүргізу. Маркетинг жоспарын және оның тиімділігін арттыру бойынша ұсыныстарды әзірлеу бойынша жұмыстарды жүргізу тәртібі  5.Құзыреттіліктер: жүйелік тәсіл негізінде проблемалық жағдайларды сыни талдауды жүзеге асыруға, іс-қимыл стратегиясын әзірлеуге қабілетті; проблемалық жағдайды жүйе ретінде талдайды, оның құрамдас бөліктерін және олардың арасындағы байланыстарды анықтайды, одан әрі әзірленуге жататын мәселелерді (міндеттерді) айқындайды; қол жетімді ақпарат көздері негізінде шешімнің нұсқаларын іздеуді жүзеге асыру негізінде проблемалық жағдайды шешу жолдарын ұсынады  6.Күтілетін нәтижелер: білу: маркетингтің негізгі тұжырымдамалары және маркетинг саласындағы қазіргі тенденциялар; білу: практикалық бағыты бар маркетингтік қызметті жүзеге асыру (калыптасып жатқан ресейлік нарықтың ерекшелігін ескере отырып); білу: маркетингті жоспарлаудан бастап оның тиімділігін бағалауға дейінгі барлық кезеңдердегі маркетингтік қызмет дағдылары. ҚК-1.2. Қол жетімді ақпарат көздері негізінде шешімнің нұсқаларын іздеуді жүзеге асыра отырып, проблемалық жағдайды шешу тәсілдерін ұсынады: келешекке арналған практикалық маркетингте қолданыстағы және қолданылатын тәсілдерді, идеяларды, шешімдерді білу; бәсекелестік ортаның мінез-құлқын ескере отырып, АӨК-ге қатысты маркетинг саласындағы іс-шараларды әзірлей білу; практикалық маркетинг және тәжірибелік маркетинг саласындағы өз бетінше талдау және жұмыс істеу дағдыларын меңгеру; іс-шаралар кешенін әзірлеу.</p>	<p>Смағұлова Ж. Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смағұлова Ж.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>

									<p>1.Периквизиты:Экономический анализ</p> <p>2.Постреквизиты:Современная аграрная экономика</p> <p>3.Цель дисциплины: сформировать у студентов систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, понимании современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК.</p> <p>4.Содержание дисциплины:Введение в дисциплину. Возможности применения маркетинга в АПК «Процедуры практического маркетинга на агропредприятиях» .Проведение работ по анализу ассортимента продукции Проведение работ по установлению отпускной цены.Разработка прогноза сбыта продукции. Проведение работ по организации товародвижения. «Управление практическим маркетингом». Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта .Проведения работ по рекламе продукции. Порядок проведения работ по разработке плана маркетинга и предложений по повышению его эффективности</p> <p>5.Компетенции:Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий;Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними, определяя вопросы (задачи) подлежащие дальнейшей разработке;Предлагает способы решения проблемной ситуации исходя из осуществленного поиска вариантов решения на основе доступных источников информации</p> <p>6.Ожидаемые результаты:знать: основные концепции маркетинга и современные тенденции в области маркетинга; уметь: осуществлять маркетинговую деятельность, имеющую практическую направленность (с учетом специфики складывающегося российского рынка); владеть: навыками маркетинговой деятельности на всех её этапах, начиная от планирования маркетинга, заканчивая оценкой его результативности. УК-1.2. Предлагает способы решения проблемной ситуации исходя из осуществленного поиска вариантов решения на основе доступных источников информации знать: существующие и применяемые подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу; уметь: разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды; владеть: навыками самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга и разработки комплекса мероприятий .</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

									<p>1.Prerequisites:Economic analysis  2.Post-requirements:Modern agrarian economy  3. The purpose of the discipline: to form a system of professional knowledge, skills and abilities among students on the practical implementation of marketing activities, understanding of modern market processes in the agro-industrial complex and the use of its effective marketing technologies in the agro-industrial complex.  4. Content of the discipline: Introduction to the discipline. The possibilities of using marketing in the agro-industrial complex "Practical marketing procedures at agricultural enterprises".Carrying out work on the analysis of the product range Carrying out work on the establishment of the selling price.Development of product sales forecast. Carrying out work on the organization of goods movement. "Practical Marketing Management". Development and implementation of sales promotion programs .Carrying out work on advertising products. The procedure for the development of a marketing plan and proposals to improve its effectiveness  5.Competencies: Is able to carry out a critical analysis of problem situations based on a systematic approach, develop a strategy of action; Analyzes the problem situation as a system, identifying its components and connections between them, identifying issues (tasks) to be further developed; Suggests ways to solve the problem situation based on the search for solutions based on available sources of information  6.Expected results: know: basic marketing concepts and current trends in marketing; be able to: carry out marketing activities with a practical orientation (taking into account the specifics of the emerging Russian market); possess: marketing skills at all its stages, from marketing planning to evaluating its effectiveness. CC-1.2. Offers ways to solve the problem situation based on the search for solutions based on available sources of information to know: existing and applied approaches, ideas, solutions in practical marketing for the future; be able to: develop marketing activities in relation to the agro-industrial complex, taking into account the behavior of the competitive environment; possess: skills of independent analysis and work in the field of practical marketing and development of a set of measures.</p>	
M 7	БП ТК/ БД KB/ BD CC	MKM 4212/ RQM 4212 RHM 4212	Мейрамхана және қонақүй маркетингі/ / Ресторанный и гостиничный маркетинг / Restaurant and hotel marketing	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: экономикалық талдау  2.Постреквизиттер: М аркетинг қызмет көрсету саласында  3.Пәннің мақсаты: студенттерді қонақ үй кәсіпорны маркетингінің принциптерімен, функционалдық міндеттерімен және стратегияларымен таныстыру, сондай-ақ студенттерді қонақ үй шаруашылығы саласында маркетингтік технологияларды қолдану бойынша нақты шешімдер қабылдауға үйрету.  4.Пәннің мазмұны: қонақ үй кәсіпорны маркетингінің мақсаттары, принциптері және функционалдық міндеттері. Қонақ үй кәсіпорны маркетингінің стратегиясы мен тактикасы Қонақ үй шаруашылығы саласында маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу 3. Қонақ үй қызметтері нарығын сегменттеу. Қонақ үй кәсіпорнының тауарлық стратегиясын әзірлеу.. Қонақ үй кәсіпорнының баға стратегиясын әзірлеу.. Қонақ үй кәсіпорнының сату саясатын жүзеге асыру. Қонақ үй өнімдері мен қызметтерін сатуды ынталандыру бойынша іс-шараларды әзірлеу. Қонақ үй кәсіпорындарындағы маркетингтік жоспарлау және бақылау  5.Құзыреттері: қонақ үй қызметінде жобаларды ұйымдастыруға және орындауға дайындық қонақ үй қызметтері нарығын зерттеудің заманауи ғылыми принциптері мен әдістерін қолдана білу , тұтынушылардың талаптарына сәйкес келетін қонақ үй өнімін қалыптастыру және ілгерілету саласындағы зерттеу қызметінің қолданбалы әдістерін қолдануға дайын болу, ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалана отырып ғылыми-техникалық ақпаратты табу , талдау және өңдеу қабілеті, қонақ үй қызметтері нарығын зерттеудің тұтынушының қажеттіліктерін анықтау, қонақ үй өнімін қалыптастыру, клиенттік қатынастар  6.Күтілетін нәтижелер. Пәнді игеру нәтижесінде студент: білуі керек:  - қонақ үй кәсіпорнының маркетингінің мақсаттары мен принциптері; - қонақ үй кәсіпорнының маркетингінің функционалдық міндеттері; - қонақ үй шаруашылығы саласындағы маңызды маркетингтік стратегиялар; - қонақ үй кәсіпорнының маркетинг кешенінің құрылымы;  білуі тиіс: - қонақ үй кәсіпорнының маркетингтік зерттеулерін ұйымдастыру және жүргізу; - қонақ үй кәсіпорнының қызметтеріне сұранысты қалыптастыру; - қонақ үй өнімдері мен қызметтерінің тұсаукесерлерін өткізу; - қонақ үй өнімдері мен қызметтерінің өткізуді ынталандыру жөніндегі іс-шараларды жүзеге асыру;</p>	<p>Смагулова Ж. Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>

									<p>1.Пререквизиты:Экономический анализ  2.Постреквизиты:М аркетинг в сфере услуг  3.Цель дисциплины: ознакомление студентов с принципами, функциональными задачами и стратегиями маркетинга гостиничного предприятия, а также в обучении студентов принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий в сфере гостиничного хозяйства.  4.Содержание дисциплины:Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства  3. Сегментация рынка гостиничных услуг. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия.. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия.. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг. Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях  5.Компетенции:готовность к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг , готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей , способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий , готовность к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, клиентурных отношений  6.Ожидаемые результаты.В результате освоения дисциплины студент: должен знать:  - цели и принципы маркетинга гостиничного предприятия; - функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия; - важнейшие маркетинговые стратегии в сфере гостиничного хозяйства; - структуру комплекса маркетинга гостиничного предприятия; должен уметь: - организовывать и проводить маркетинговые исследования гостиничного предприятия; - формировать спрос на услуги гостиничного предприятия; - проводить презентации гостиничных продуктов и услуг; - осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг;</p> <p>1.Prerequisites:Economic analysis  2.Post-requirements:M arqueting in the service sector  3.The purpose of the discipline: to familiarize students with the principles, functional tasks and marketing strategies of a hotel enterprise, as well as in teaching students to make specific decisions on the use of marketing technologies in the field of hotel management.  4. Content of the discipline: Goals, principles and functional tasks of marketing of a hotel enterprise. Strategy and tactics of marketing of a hotel enterprise Organization and conduct of marketing research in the field of hotel management 3. Segmentation of the hotel services market. Development of a product strategy of a hotel company.. Development of a pricing strategy for a hotel company.. Implementation of the marketing policy of the hotel company. Development of measures to promote the sale of hotel products and services. Marketing planning and control at hotel enterprises  5.Competencies: readiness to organize and implement projects in the hotel industry the ability to use modern scientific principles and methods of research of the hotel services market, readiness to apply applied research methods in the field of formation and promotion of a hotel product that meets the requirements of consumers, the ability to find, analyze and process scientific and technical information using information and communication technologies , readiness to identify the needs of the consumer, the formation of a hotel product, client relations  6. Expected results. As a result of mastering the discipline, the student: must know:  - the goals and principles of marketing of a hotel enterprise; - the functional tasks of marketing of a hotel enterprise; - the most important marketing strategies in the field of hotel management; - the structure of the marketing complex of a hotel enterprise; must be able to: - organize and conduct marketing research of a hotel company; - generate demand for the services of a hotel company; - conduct presentations of hotel products and services; - implement measures to promote the sale of hotel products and services;</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

М 8	БөП ТК/ ПД КВ/ MSCC	ІК 4307/ ІР 4307 ІЕ 4307	Қазіргі аграрлық экономика / / Современная аграрная экономика/ Modern agriculture economy	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент</p> <p>2.Постреквизиттер: тұтынушылардың мінез-құлқы</p> <p>3.Пәннің мақсаты: Курстың міндеті аграрлық өндірістің жұмыс істеу ерекшелігі, аграрлық азық-түлік секторындағы мемлекеттік реттеудің нысандары мен салдары туралы жалпы түсінік, сондай-ақ әлемдік аграрлық жүйемен, өтпелі экономикалар жағдайындағы аграрлық реформалар тәжірибесімен танысу болып табылады..</p> <p>4.Пәннің мазмұны: аграрлық құрылым. Ауылшаруашылық кәсіпорындары Агробизнес құрылымы.Жер қатынастары.Агроазық-түлік саясаты. Социалистік елдерден кейінгі аграрлық реформалар. Қазақстандағы заманауи аграрлық реформа. Ауыл шаруашылығы сала ретінде</p> <p>5.Құзыреттіліктер: тұлғааралық, топтық және ұйымдастырушылық коммуникацияларды талдау және жобалау қабілеті; экономикалық ойлау қабілетіэкономикалық зерттеулер және кәсіби қызмет саласында заманауи ақпараттық технологияларды қолдану негізінде экономикадағы үздік тәжірибелерді салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде пайдалану</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: әлемдік аграрлық жүйенің архитектурасын және әлемдік аграрлық саясаттың трендтерін білу;аграрлық саясаттың негізгі нысандарын және оны бағалау әдістерін білу;аграрлық сектордың жұмыс істеуінің негізгі заңдылықтарын білу; ресейлік аграрлық сектордың негізгі сипаттамаларын білу;аграрлық нарықтарды және ауыл шаруашылығы өндірушілерінің жай-күйін талдай білу; әлемдегі аграрлық сектор туралы негізгі ақпарат көздерін бағдарлай білу; Қазақстан аграрлық секторы туралы негізгі ақпарат көздерінде.Аграрлық саясат шараларының тиімділігін бағалай білу</p>	<p>Талапбаева Г.Е., Экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Talapbayeva G. E., candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>
									<p>1.Пререквизиты: Инновационный менеджмент</p> <p>2.Постреквизиты:Поведение потребителей</p> <p>3.Цель дисциплины:Задачей курса является общее представление о специфике функционирования аграрного производства, формах и последствиях государственного регулирования в агропродовольственном секторе, а также знакомство с мировой аграрной системой, практикой аграрных реформ в условиях переходных экономик..</p> <p>4.Содержание дисциплины:Аграрная структура. Сельскохозяйственные предприятия Структура агробизнеса.Земельные отношения.Агропродовольственная политика. Аграрные реформы в пост социалистических странах. Современная аграрная реформа в Казахстане. Сельское хозяйство как отрасль</p> <p>5.Компетенции:Способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;Способность к экономическому образу мышленияИспользовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате экономических исследований и сравнительного анализа лучших практик в экономике на основе применения современных информационных технологий в сфере профессиональной деятельности</p> <p>6.Ожидаемые результаты: Знать архитектуру мировой аграрной системы и тренды мировой аграрной политики;Знать главные формы аграрной политики и методов ее оценки;Знать основные закономерности функционирования аграрного сектора;Знать основные характеристики российского аграрного сектора;Уметь анализировать аграрные рынки и состояние сельхозпроизводителей;Уметь ориентироваться в основных источниках информации об аграрном секторе в мире;Уметь ориентироваться в основных источниках информации об аграрном секторе вКазахстане.Уметь оценивать эффективность мер аграрной политики</p>	

									<p>1.Prerequisites: Innovative management  2.Post-requirements:Consumer behavior  3.The purpose of the discipline: The objective of the course is a general idea of the specifics of the functioning of agricultural production, the forms and consequences of state regulation in the agri-food sector, as well as familiarity with the world agrarian system, the practice of agrarian reforms in transition economies..  4. Content of the discipline: Agrarian structure. Agricultural enterprises  The structure of agribusiness.Land relations.Agri-food policy.  Agrarian reforms in post-socialist countries. Modern agrarian reform in Kazakhstan. Agriculture as an industry  5.Competencies: The ability to analyze and design interpersonal, group and organizational communications; The ability to use the economic way of thinking in the practical activities of organizations information obtained as a result of economic research and comparative analysis of best practices in economics based on the use of modern information technologies in the field of professional activity  6.Expected results: To know the architecture of the world agrarian system and trends of the world agrarian policy; To know the main forms of agrarian policy and methods of its assessment; To know the basic laws of the functioning of the agricultural sector; To know the main characteristics of the Russian agricultural sector; To be able to analyze agricultural markets and the state of agricultural producers; To be able to navigate the main sources of information about the agricultural sector in the world;Be able to navigate the main sources of information about the agricultural sector in Kazakhstan.Be able to assess the effectiveness of agricultural policy measures</p>	
M 8	БөП ТК/ ПД КВ/ MSCC	KKZH 4307 / PDP 4307 EAP 4307	B2B маркетингі / / B2B маркетингі/ B2B marketing	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент  2.Постреквизиттер: қызмет көрсету маркетингі  3.Пәннің мақсаты: студенттерге теориялық білім беру, соның ішінде Өнеркәсіптік маркетинг саласындағы заманауи тұжырымдамалар мен тенденциялар, өнеркәсіптік тауарлар мен қызметтер нарығында Маркетингтік Шешімдер қабылдау үшін қолданылатын тәсілдер мен әдістер және студенттердің қолданбалы маркетинг мәселелерін шешу дағдылары мен дағдыларын дамыту өнеркәсіптік кәсіпорынның өндірістік және коммерциялық қызметін анықтайтын  4. Пәннің мазмұны: өнеркәсіптік маркетингтің мәні, маркетингті бөлу тәсілдері. Тұтынушылық маркетингтен түбегейлі айырмашылықтар. Өнеркәсіптік маркетингтің объектісі және субъектісі. Өнеркәсіптік нарықтың құрылымы. Өнеркәсіптік және тұтынушылық маркетинг арасындағы айырмашылықтар. Өнеркәсіптік маркетингтің принциптері мен ерекшеліктері. Өнеркәсіптік маркетингтің ерекшеліктері. Өнеркәсіптік және техникалық өнімдердің типологиясы. PPTN тұжырымдамасы. PPTN типологиясы. Шикізат, оларды сату. Материалдар: негізгі және көмекші. Аксессуарлар. Қосымша мәліметтер. Жабдық: негізгі және көмекші. Өнеркәсіптік қызметтер. Өнеркәсіптік нарықтар өнеркәсіптік нарыққа қатысушылардың түрлері. Өнеркәсіптік нарыққа қатысушылардың ерекшеліктері. Өнеркәсіптік нарықтағы сұраныстың сипаттамалары. Өнеркәсіптік нарықтағы қатынастардың даму кезеңдері. Серіктестер арасындағы қашықтықтың аспектілері. Ынтымақтастық нысандары. Бәсекеге қабілетті нарықтардың түрлері. Ірі және шағын кәсіпорындардың ынтымақтастығы өнеркәсіптік нарықтағы маркетингтік жұмысының ерекшеліктері және факторлардың рейтингі. Өнеркәсіптік нарықта кадрларды іріктеу кезіндегі іс-қимылдар ретілігі. Маркетингтік қызметтің мамандануы  5.Құзыреттіліктер: әлеуметтік маңыздылығын ескере отырып, негізделген ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдерді әзірлеу, оларды күрделі және динамикалық ортада жүзеге асыруға ықпал ету және олардың салдарын бағалау қабілеті; маркетингтік құралдарды пайдалана отырып, маркетингтік бағдарламаларды әзірлеу және енгізу қабілеті  6.Күтілетін нәтижелер: кәсіби терминология мен басқару технологияларын қолдана отырып, Ұйым қызметінің проблемалық жағдайларын сипаттайды; проблемалық жағдайлардың нәтижелерін талдауға негізделген. ұйым ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдерді анықтайды және қалыптастырады, оларды экономикалық, әлеуметтік және экологиялық тиімділікке қол жеткізуді ескере отырып әзірлейді және негіздейді</p>	<p>Смағұлова Ж. Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смағұлова Ж.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>

								<p>1.Пререквизиты:Иновационный менеджмент  2.Постреквизиты:Маркетинг в сфере услуг  3.Цель дисциплины:обучение студентов теоретическим знаниям, включающим современные концепции и тенденции в области промышленного маркетинга, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке промышленных товаров и услуг, а также развитие у студентов умений и навыков, позволяющих решать проблемы прикладного маркетинга, определяющих производственную и коммерческую деятельность промышленного предприятия  4.Содержание дисциплины:Сущность промышленного маркетинга Подходы к разделению маркетинга. Принципиальные отличия от потребительского маркетинга. Объект и предмет промышленного маркетинга. Структура промышленного рынка. Различия между промышленным и потребительским маркетингом. Принципы и особенности промышленного маркетинга. Особенности промышленного маркетинга. Типология продукции промышленно-технического назначения. Понятие ППТН. Типология ППТН. Сырье, его реализация. Материалы: основные и вспомогательные. Комплекующие изделия. Взаимодополняющие детали. Оборудование: основное и вспомогательное. Промышленные услуги. Промышленные рынки Типы участников промышленного рынка. Особенности участников промышленного рынка. Характеристики спроса на промышленном рынке. Стадии развития отношений на промышленном рынке. Аспекты дистанции между партнерами. Формы кооперации. Типы конкурентных рынков. Кооперация крупных и малых предприятий Особенности работы маркетолога на промышленном рынке Рейтинг личностных факторов. Последовательность деятельности подбора персонала на промышленном рынке. Специализация маркетинговой службы  5.Компетенции:Способен разрабатывать обоснованные организационноуправленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга  6.Ожидаемые результаты:Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления;На основе анализа результатов проблемных ситуаций. организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности</p>	
								<p>1.Prerequisites:Innovation management  2.Post-requitizes:Marketing in the service sector  3.The purpose of the discipline: teaching students theoretical knowledge, including modern concepts and trends in the field of industrial marketing, approaches and methods used to make marketing decisions in the market of industrial goods and services, as well as the development of students' skills and abilities to solve the problems of applied marketing that determine the production and commercial activities of an industrial enterprise  4. Content of the discipline: The essence of industrial marketing Approaches to the division of marketing. Fundamental differences from consumer marketing. The object and subject of industrial marketing. The structure of the industrial market. Differences between industrial and consumer marketing. Principles and features of industrial marketing. Features of industrial marketing. Typology of industrial and technical products. The concept of PPTN. The typology of PPTN. Raw materials, their implementation. Materials: basic and auxiliary. Accessories. Complementary details. Equipment: main and auxiliary. Industrial services. Industrial markets Types of industrial market participants. Features of industrial market participants. Characteristics of demand in the industrial market. Stages of development of relations in the industrial market. Aspects of the distance between partners. Forms of cooperation. Types of competitive markets. Cooperation of large and small enterprises Features of the work of a marketer in the industrial market Rating of personal factors. The sequence of activities in the selection of personnel in the industrial market. Specialization of the marketing service  5.Competencies: Able to develop sound organizational and management decisions taking into account their social significance, promote their implementation in a complex and dynamic environment and assess their consequences; Ability to develop and implement marketing programs using marketing tools  6.Expected results: Describes the problematic situations of the organization's activities using professional terminology and management technologies; Based on the analysis of the results of problematic situations. the organization identifies and forms organizational and managerial decisions, develops and justifies them taking into account the achievement of economic, social and environmental efficiency</p>	

M 8	Беп ТК/ ПД КВ/ MSCC	SM4308 / TM 4308 TM 4308	Сауда маркетингі / / Трейд- маркетинг/ Trademarking	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент</p> <p>2.Постреквизиттер: қызмет көрсету маркетингі</p> <p>3.Пәннің мақсаты: студенттер маркетингі қазіргі заманғы кәсіпкерлік философиясы, кәсіпорынды басқарудың тиімді жүйесі және кәсіпорынның мақсаттарын жүзеге асыруға бағытталған кәсіпкерлік қызметті ұйымдастырудың тұтас жүйесі ретінде түсінуі керек, олардың ішінде бастысы тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру.</p> <p>4.Пәннің мазмұны: трейд-маркетингінің негізгі бағыттары мен міндеттері.. Сауда - маркетинг процесіне қатысушылардың қарым-қатынасын ұйымдастыру. Сауда маркетингінің негізгі құралдары. Сауда - маркетингтік іс-шаралардың тиімділігін бағалау.. Трейд-маркетингтік бағдарламаларды іске асыру процесі</p> <p>5.Құзыреттіліктер: - тұтынушылардың өнімге, фирмаға деген адал қатынасын қалыптастыру қабілеті; - алынған білім негізінде белгілі бір уақытта фирма үшін стратегиялық жоспар құру қабілеті;-кәсіпорынның сауда– сату қызметін зерттеу және тауарлар мен қызметтерді өндірушіден тұтынушыға жылжыту және жылжыту процесіне әсер ететін барлық факторларды зерттеу қабілеті; - пайдалану қабілеті маркетингтегі іргелі және соңғы жетістіктер; - өндірістік жағдайларда дұрыс шешімдерді табу қабілеті; - ақпаратты жалпылау, талдау, қабылдау, мақсат қою және оған қол жеткізу жолдарын таңдау қабілеті; - маркетингтік кешенді әзірлеу қабілеті; белгілі бір қызмет саласындағы қалыптасқан жағдай мен нарық конъюнктурасын талдау негізінде фирма үшін оңтайлы стратегияны таңдау мүмкіндігі; саланың ерекшелігін ескере отырып, бәсекеге қабілетті тауарларды әзірлеу және нарыққа енгізу әдістемелерін пайдалану қабілеті; әртүрлі нарықтардағы және қызметтің әртүрлі салаларындағы маркетингтік қызметтің ерекшеліктерін анықтау қабілеті</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді меңгерген түлек: білуі керек: - ресейлік құқықтық жүйенің және сауда қызметі саласындағы ресейлік заңнаманың негізгі ерекшеліктері; - сауда қызметінің заңнамалық базасы; - бәсекелестік орта жағдайында кәсіпорындардың ағымдағы коммерциялық қызметін талдау кезінде қолданылатын ғылыми тәсілдер; - сауда кәсіпорнын басқарудың мәні мен механизмі; - негізгі қорлар мен экономикалық сауда кәсіпорнынның көрсеткіштері. Білуі тиіс: сауда процесінде құжаттармен жұмыс істеу; - коммерциялық шарттар жасау және қасалық операцияларды ресімдеу; - дүкендегі сауда процестері мен операциялары бойынша шешім қабылдай білу; - кәсіпорынның сауда үй-жайларын жоспарлау және жобалау; - тауарлармен жабдықтау жүйесін ұйымдастырудың негізгі әдістерін қолдану</p>	<p>Смағұлова Ж. Б., экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы</p> <p>Смагулова Ж.Б., магистр экономических наук, старший преподаватель</p> <p>Smagulova Zh.B., Master of Economics, Senior Lecturer</p>
--------	---------------------------	---	---	---	---	---	------------------------------	---	--	--



									<p>1.Пререквизиты:Иновационный менеджмент</p> <p>2.Постреквизиты:Маркетинг в сфере услуг</p> <p>3.Цель дисциплины:студенты должны понимать маркетинг как философию современного предпринимательства, как действенную систему управления предприятием и как целостную систему организации предпринимательской деятельности, направленную на реализацию целей предприятия, среди которых главная – удовлетворение потребностей потребителей.</p> <p>4.Содержание дисциплины: Основные направления и задачи трейд-маркетинга.. Организация взаимоотношений участников трейд- маркетингового процесса. Основные инструменты трейд- маркетинга. Оценка эффективности трейд-маркетинговых мероприятий.. Процесс реализации трейд-маркетинговых программ</p> <p>5.Компетенции:– способность формировать лояльное отношение потребителей к товару, фирме; – на основе полученных знаний способность составления стратегического плана для фирмы на определенный момент времени; – способность исследования торгово-сбытовой деятельности предприятия и изучения всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю;– способность использовать фундаментальные и новейшие достижения в маркетинге; – способность находить верные решения в производственных ситуациях;- способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;- способность разрабатывать маркетинговый комплекс; способность осуществлять выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности; способность использовать методики разработки и внедрения на рынок конкурентоспособных товаров с учетом специфики отрасли;способность выявлять особенности маркетинговой деятельности на различных рынках и различных сферах деятельности</p> <p>6.Ожидаемые результаты: Выпускник, освоивший дисциплину: Должен знать: - основные особенности российской правовой системы и российского законодательства в сфере торговой деятельности; - законодательную базу торговой деятельности; - научные подходы, применяемые при анализе текущей коммерческой деятельности предприятий в условиях конкурентной среды; - сущность и механизм управления торговым предприятием; - основные фонды и экономические показатели торгового предприятия. Должен уметь: работать с документами в торговом процессе; - составлять коммерческие договоры и оформлять кассовые операции; - уметь принимать решения по торговым процессам и операциям в магазине; - планировать и проектировать торговые помещения предприятия; - использовать основные методы организации системы товароснабжения</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

									<p>1.Prerequisites:Innovation management  2.Post-requirements:Marketing in the service sector  3. The purpose of the discipline: students should understand marketing as a philosophy of modern entrepreneurship, as an effective enterprise management system and as an integral system of business organization aimed at achieving the goals of the enterprise, among which the main one is meeting the needs of consumers.  4. The content of the discipline: The main directions and objectives of trade marketing.. Organization of relationships between participants of the trade marketing process. The main tools of trade marketing. Evaluation of the effectiveness of trade marketing activities.. The process of implementing trade marketing programs  5. Competencies: – the ability to form a loyal attitude of consumers to the product, the company; – based on the knowledge gained, the ability to draw up a strategic plan for the company at a certain point in time; – the ability to study the trade and sales activities of the enterprise and study all factors that affect the production process and promotion of goods and services from the manufacturer to the consumer;- ability to use fundamental and latest achievements in marketing; – the ability to find the right solutions in production situations; - the ability to generalize, analyze, perceive information, set goals and choose ways to achieve it; - the ability to develop a marketing package; the ability to choose the optimal strategy for the company based on the analysis of the current situation and market conditions in a particular field of activity; the ability to use methods of developing and introducing competitive products to the market, taking into account the specifics of the industry; the ability to identify the features of marketing activities in various markets and various fields of activity  6. Expected results: A graduate who has mastered the discipline: Must know: - the main features of the Russian legal system and Russian legislation in the field of trade activity; - the legislative framework of trade activity; - scientific approaches used in the analysis of the current commercial activity of enterprises in a competitive environment; - the essence and mechanism of management of a trading enterprise; - fixed assets and economic indicators of a trading enterprise. Must be able to: work with documents in the trading process; - draw up commercial contracts and execute cash transactions; - be able to make decisions on trading processes and operations in the store; - plan and design the company's retail premises; - use the basic methods of organizing the commodity supply system</p>	
M 8	БөП ТК/ ПД КВ/ MSCC	KSM4308 / MSU 4308 MSS 4308	Қызметтер саласындағы маркетинг / / Маркетинг в сфере услуг/ Marketing in the service sektor	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Инновациялық менеджмент  2.Постреквизиттер: Халықаралық маркетинг  3.Пәннің мақсаты: студенттердің қызмет маркетингі саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды игеруі  4.Пәннің мазмұны: қазіргі экономикадағы қызмет көрсету саласы. Қызмет нарықтық өнім ретінде. Қызмет маркетингінің негіздері 4. Қызметтер саласындағы маркетинг кешенінің ерекшеліктері. Туризм, сервис және спорт қызметтерінің маркетингі бөлшек сауда маркетингі Медициналық және білім беру қызметтерінің маркетингі  5.Құзыреттіліктер: - экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұраныстың қалыптасуы; маркетингтік зерттеулер мен менеджменттегі үздік тәжірибелерді салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде қолдана білу  6.Күтілетін нәтижелер: пәнді меңгеру нәтижесінде студент: 4. қабілеті мен дайындығын көрсетуге тиіс: - ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, қорыту және талдау, мақсат қою және оған қол жеткізу жолдарын таңдау қабілетін меңгеруге; - қызметтер нарығында жұмыс істейтін ұйымдардың маркетингтік стратегиясын әзірлеуге қатысуға, оны іске асыруға бағытталған іс - шараларды жоспарлауға және жүзеге асыруға; - стратегиялық, тактикалық және жедел ұйымдардың операциялық (өндірістік) қызметін басқарудағы шешімдер; - экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұраныстың қалыптасуы.</p>	<p>Талапбаева Г.Е., Экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор</p> <p>Талапбаева Г. Е., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор</p> <p>Talapbayeva G. E., candidate of Economic Sciences, Associate Professor</p>

									<p>1.Пререквизиты:Иновационный менеджмент  2.Постреквизиты:Международный маркетинг  3.Цель дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга услуг  4.Содержание дисциплины: Сфера услуг в современной экономике. Услуга как рыночный продукт. Основы маркетинга услуг 4. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг. Маркетинг услуг туризма, сервиса и спорта  Маркетинг в розничной торговле Маркетинг медицинских и образовательных услуг  5..Компетенции: – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса ;умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте  6.Ожидаемые результаты: В результате освоения дисциплины студент: 4. должен демонстрировать способность и готовность: - владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; - участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, работающих на рынке услуг, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; - владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; - способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.</p> <p>1.Prerequisites:Innovation management  2.Post-requirements:International marketing  3.The purpose of the discipline: students gain theoretical knowledge and practical skills in the field of marketing services  4. The content of the discipline: The service sector in the modern economy. Service as a market product. Fundamentals of Service Marketing 4. Features of the marketing complex in the service sector. Marketing of tourism, service and sports services Retail marketing Marketing of medical and educational services  5..Competencies: – the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand; the ability to use in the practical activities of organizations the information obtained as a result of marketing research and comparative analysis of best practices in management  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: 4. must demonstrate the ability and willingness to: - possess a culture of thinking, the ability to perceive, generalize and analyze information, set goals and choose ways to achieve it; - participate in the development of marketing strategies of organizations operating in the service market, plan and implement activities aimed at - possess methods of making strategic, tactical and operational decisions in the management of operational (production) activities of organizations; - the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

М 7	БөП ТК/ ПД КВ/ MSCC	PIB4309 / MOP 4309 MES 4309	Қызметкерлер ді ынталандыру және бағалау саласындағы маркетинг / / Маркетинг в сфере услуг/ Marketing in the service sektor	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпорын экономикасы</p> <p>2.Постреквизиттер: Халықаралық маркетинг</p> <p>3.Пәннің мақсаты: студенттердің қызмет маркетингі саласында теориялық білім мен практикалық дағдыларды игеруі</p> <p>4.Пәннің мазмұны: қазіргі экономикадағы қызмет көрсету саласы. Қызмет нарықтық өнім ретінде. Қызмет маркетингінің негіздері</p> <p>4. Қызметтер саласындағы маркетинг кешенінің ерекшеліктері. Туризм, сервис және спорт қызметтерінің маркетингі бөлшек сауда маркетингі Медициналық және білім беру қызметтерінің маркетингі</p> <p>5..Құзыреттіліктер: - экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұраныстың қалыптасуы; маркетингтік зерттеулер мен менеджменттегі үздік тәжірибелерді салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты ұйымдардың практикалық қызметінде қолдана білу</p> <p>6.Күтілетін нәтижелер: пәнді игеру нәтижесінде студент: ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, жалпылау және талдау, мақсат қою және оған қол жеткізу жолдарын таңдау қабілетін меңгеруі тиіс; - қызметтер нарығында жұмыс істейтін ұйымдардың маркетингтік стратегиясын әзірлеуге қатысу, оны іске асыруға бағытталған іс-шараларды жоспарлау және жүзеге асыру; - ұйымдардың операциялық (өндірістік) қызметін басқаруда стратегиялық, тактикалық және жедел шешімдер қабылдау әдістерін меңгеру; - экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұраныстың қалыптасуы.</p>	
									<p>1.Пререквизиты: Экономика предприятия</p> <p>2.Постреквизиты: Международный маркетинг</p> <p>3.Цель дисциплины: получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга услуг</p> <p>4.Содержание дисциплины: Сфера услуг в современной экономике. Услуга как рыночный продукт. Основы маркетинга услуг</p> <p>4. Особенности комплекса маркетинга в сфере услуг. Маркетинг услуг туризма, сервиса и спорта</p> <p>Маркетинг в розничной торговле</p> <p>Маркетинг медицинских и образовательных услуг</p> <p>5..Компетенции: – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса ;умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте</p> <p>6.Ожидаемые результаты: В результате освоения дисциплины студент: должен демонстрировать способность и готовность: - владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; - участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, работающих на рынке услуг, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию; - владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; - способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.</p>	

									<p>1.Prerequisites:The economy of the enterprise  2.Post-requirements:International marketing  3.The purpose of the discipline: students gain theoretical knowledge and practical skills in the field of marketing services  4. The content of the discipline: The service sector in the modern economy. Service as a market product. Fundamentals of Service Marketing 4. Features of the marketing complex in the service sector. Marketing of tourism, service and sports services Retail marketing Marketing of medical and educational services  5..Competencies: – the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand; the ability to use in the practical activities of organizations the information obtained as a result of marketing research and comparative analysis of best practices in management  6.Expected results: As a result of mastering the discipline, the student: must demonstrate the ability and willingness to: - possess a culture of thinking, the ability to perceive, generalize and analyze information, set goals and choose ways to achieve it; - participate in the development of marketing strategies of organizations operating in the service market, plan and implement activities aimed at its - possess methods of making strategic, tactical and operational decisions in the management of operational (production) activities of organizations; - the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand.</p>	
M 7	БeП ТК/ ПД KB/ MSCC	KOE4309 / ERK 4309 ERK 4309	Тұтынушылар дың мінез- құлқы / / Поведение потребителей/ Consumer behavior	5	4	7	Емтихан /экзамен /exam	жазбаша-ауызша письменно-устно written-oral	<p>1.Пререквизиттер: Кәсіпорын экономикасы  2.Постреквизиттер: Халықаралық маркетинг  3.Пәннің мақсаты: сатып алу шешімдерін қабылдау кезінде тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу және модельдеу дағдыларын дамыту  4.Пәннің мазмұны: тұтынушылар, олардың мінез-құлқы және маркетингі.Отбасы және үй шаруашылығы . Қоғамның мәдениеті тұтынушылық мінез-құлққа макроэкономияның негізгі факторы ретінде . Қоғамның әлеуметтік стратификациясы және әлеуметтік таптың табиғаты . Топтар мен топтық коммуникациялар тұтынушылық мінез-құлққа микро-әсер етудің шешуші факторы ретінде. Тұтынушылардың шешім қабылдауына ситуациялық әсер ету. Тұтынушылардың мінез-құлқының ішкі факторлары. Сатып алу туралы шешім қабылдау процесі. Ұйымдастырушылық сатып алу тәртібі. Тұтынушылық.  5..Құзыреттіліктер: ойлау мәдениетін, ақпаратты қабылдау, жалпылау және талдау, мақсат қою және оған қол жеткізу жолдарын таңдау қабілетін меңгеру; ауызша және жазбаша сөйлеуді логикалық тұрғыдан дұрыс, дәлелді және анық құра білу; экономикалық тауарларды тұтынушылардың мінез-құлқын талдау және сұранысты қалыптастыру қабілеті; ұйымдардың мінез-құлқының экономикалық негіздерін білу, нарықтардың әртүрлі құрылымдары туралы түсінікке ие болу және саланың бәсекелестік ортасына талдау жүргізу;  6.Күтілетін нәтижелер: пәнді оқу нәтижесінде студент білуі керек: - қажеттіліктерді құрылымдау әдістері; - болашақ қажеттіліктерді, әлеуетті тұтынушылардың сұраныстары мен қалауларын зерттеу және болжау әдістерінің жүйесі; - сатып алу мінез - құлқының модельдері және оған әсер ететін факторлар; - нарықты игеру мүмкіндіктерін талдаудың реттілігі; - тұтынушылардың мінез-құлқын басқарудың заманауи тұжырымдамалары, тәсілдері мен әдістері тауарлар, қызметтер, идеялар нарығында; - сатып алушылардың (клиенттердің) олардың барынша толық қанағаттандырылуын қамтамасыз ету үшін қажеттіліктері; - тауарларды, қызметтерді мақсатты сегменттермен сатып алу мақсаттары; - тұтынушылардың құндылықтар жүйесі, олардың ниеттері мен мінез-құлқ ерекшеліктері; - тұтынушымен жұмыстың әлеуметтік-психологиялық аспектілері; - сатып алу туралы шешім қабылдау процесінің ерекшеліктері. 2. білуі керек: Студент білуі керек: - сұраныстар мен қалаулардың өзгеруіне және жалпы нарықтағы тұтынушылардың мінез - құлқына әсер ететін факторларды анықтау; - сатып алушының мотивациясына әсер ету; - тұтынушылардың мінез-құлқын оңтайландыру үшін тиісті маркетингтік стратегияны әзірлеу; - қанағаттандырылмаған қажеттіліктердің себептерін анықтау.</p>	

										<p>1.Prerequisites:The economy of the enterprise</p> <p>2.Post-requirements: International marketing</p> <p>3. The purpose of the discipline: Develop skills in the field of studying and modeling consumer behavior when making purchasing decisions</p> <p>4. Content of the discipline: Consumers, their behavior and marketing.Family and household . The culture of society as the main factor of macro - influence on consumer behavior . Social stratification of society and the nature of social class . Groups and group communications as a decisive factor of micro-influence on consumer behavior. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior. The process of making a purchase decision. Organizational purchasing behavior. Consumerism.</p> <p>5..Competencies: knowledge of the culture of thinking, the ability to perceive, generalize and analyze information, setting goals and choosing ways to achieve it; the ability to logically correctly, argumentatively and clearly build oral and written speech; the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand; knowledge of the economic foundations of the behavior of organizations, have an idea of the various structures of markets and the ability to analyze the competitive environment of the industry;</p> <p>6.Expected results: As a result of studying the discipline, the student should know: - methods of structuring needs; - a system of methods for studying and forecasting future needs, requests and preferences of potential consumers; - models of purchasing behavior and factors influencing it; - the sequence of analysis of market development opportunities; - modern concepts, approaches and methods of managing consumer behavior in the market of goods, services, ideas; - the needs of buyers (customers) to ensure their fullest satisfaction; - the purpose of purchasing goods and services by target segments; - the value system of consumers, their intentions and behavioral characteristics; - socio-psychological aspects of working with the consumer; - features of the purchase decision-making process. 2. must be able to: The student must be able to: - identify factors affecting the change of requests and preferences and consumer behavior in the market as a whole; - influence the motivation of the buyer; - develop an appropriate marketing strategy to optimize consumer behavior; - identify the causes of unsatisfied needs.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Академиялық мәселелер жөніндегі департамент директоры

Б.А. Досжанов

Білім беру бағдарламаларын басқару бөлімінің басшысы

А.М.Мұхамбетжан

Экономика және құқық институтының директоры

Н.С.Құлмырзаев

Экономика және басқару БББ жетекшісі

Г.Ж.Рысмаханова

									<p>1.Prerequisites:The economy of the enterprise</p> <p>2.Post-requirements: International marketing</p> <p>3. The purpose of the discipline: Develop skills in the field of studying and modeling consumer behavior when making purchasing decisions</p> <p>4. Content of the discipline: Consumers, their behavior and marketing.Family and household . The culture of society as the main factor of macro - influence on consumer behavior . Social stratification of society and the nature of social class . Groups and group communications as a decisive factor of micro-influence on consumer behavior. Situational influence on consumer decision-making. Internal factors of consumer behavior. The process of making a purchase decision. Organizational purchasing behavior. Consumerism.</p> <p>5..Competencies: knowledge of the culture of thinking, the ability to perceive, generalize and analyze information, setting goals and choosing ways to achieve it; the ability to logically correctly, argumentatively and clearly build oral and written speech; the ability to analyze the behavior of consumers of economic goods and the formation of demand; knowledge of the economic foundations of the behavior of organizations, have an idea of the various structures of markets and the ability to analyze the competitive environment of the industry;</p> <p>6.Expected results: As a result of studying the discipline, the student should know: - methods of structuring needs; - a system of methods for studying and forecasting future needs, requests and preferences of potential consumers; - models of purchasing behavior and factors influencing it; - the sequence of analysis of market development opportunities; - modern concepts, approaches and methods of managing consumer behavior in the market of goods, services, ideas; - the needs of buyers (customers) to ensure their fullest satisfaction; - the purpose of purchasing goods and services by target segments; - the value system of consumers, their intentions and behavioral characteristics; - socio-psychological aspects of working with the consumer; - features of the purchase decision-making process. 2. must be able to: The student must be able to: - identify factors affecting the change of requests and preferences and consumer behavior in the market as a whole; - influence the motivation of the buyer; - develop an appropriate marketing strategy to optimize consumer behavior; - identify the causes of unsatisfied needs.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

Академиялық мәселелер жөніндегі департамент директоры

Білім беру бағдарламаларын басқару бөлімінің басшысы

Экономика және құқық институтының директоры

Экономика және басқару БББ жетекшісі

Б.А. Досжанов

А.М.Мұхамбетжан

Н.С.Құлмырзаев

Г.Ж.Рысмаханова