

АХМЕТ БАЙТҰРСЫНҰЛЫ АТЫНДАҒЫ ҚОСТАНАЙ Өңірлік университеті
КОСТАНАЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМЕТА
БАЙТҰРСЫНҰЛЫ
AKHMET BAITURSYNULY KOSTANAY REGIONAL UNIVERSITY



ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОГЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE COURSES

7M04106 Маркетинг/ Marketing

2024 жылдардың жинағы үшін /для набора 2024 г.

Қостанай, 2024

Құрастырушылар / Составители / Compilers:

Молдағалиева Н.Д. – БЕЖБ кафедрасының оқытушысы, магистр;
Молдағалиева Н. Д. - преподаватель кафедры БУиУ, магистр;
Moldagalieva N. D. - Lecturer of the Department of Accounting and Management,
Master;

Элективті пәндер каталогы.- Қостанай: Ахмет Байтұрсынұлы атындағы ҚӨУ,
2024.- 63 б.

Каталог элективных дисциплин.- Костанай: КРУ имени Ахмет Байтұрсынұлы,
2024.-63 с.

Catalog of elective disciplines.- Kostanay: Akhmet Baitursynuly KRU, 2024. - 63 p.

Элективті пәндер каталогы қысқаша сипаттамасы, оқыту мақсаты, оқу мазмұны және күтілетін оқу нәтижесі көрсетілген таңдау компонентіне кіретін пәндер тізімін қамтиды. 2024 жылдарда қабылданған кредиттік технология бойынша оқитын магистранттарға арналған.

Каталог элективных дисциплин содержит перечень дисциплин компонента по выбору и их краткое описание с указанием цели изучения, содержания и ожидаемых результатов обучения. Предназначен для магистрантов, обучающихся по кредитной технологии, набора 2024 годов.

The catalog of elective disciplines contains a list of elective disciplines and their brief description with the purpose of study, content and expected learning outcomes. It is intended for undergraduates, studying on credit technology, the set of 2024.

Ахмет Байтұрсынұлы атындағы ҚӨУ-дың оқу-әдістемелік кеңес отырысында бекітілді, 29.05.2024 ж. № 3 хаттама

Утвержден на заседании учебно-методического совета КРУ имени Ахмет Байтұрсынұлы, протокол от 29.05.2024 г. № 3.

Approved at the meeting of the educational and methodological council of Akhmet Baitursynuly KRU, minutes dated 29.05.2024 № 3.

Мазмұны / Содержание / Contents

Кіріспе / Введение / Introduction	4
Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /Распределение элективных дисциплин по семестрам /Distribution of elective courses by semester	5
1 1 оқу жылының магистранттарына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для магистрантов 1 года обучения/ Elective courses for first-year master's students	7
2 2 оқу жылының магистранттарына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для магистрантов 2 года обучения/ Elective courses for master's students of the 2nd year of study	11

Кіріспе

Элективті пәндер каталогы оқытудың кредиттік жүйесі бойынша құрастырылады. Элективті пәндер каталогы жүйеленген таңдау бойынша пәндер тізімін және олардың қысқа сипаттамасын қарастырады.

Магистрант мамандықтардың міндетті компонент/жоғары оқу орны компонентінің пәндерін меңгерумен қатар, ұсынылып отырған таңдау бойынша пәндерді таңдап алуы тиіс.

Элективті пәндерді таңдауға эдвайзер кеңес береді. Магистрант эдвайзермен бірлесе отырып, магистранттың жеке оқу жоспарын құру үшін пәндерге жазылу нысанын толтырады.

Құрметті магистрант! Білім беру траекториясының біртұтастығының ойластырылуы Сіздің болашақта маман ретінде кәсіби дайындығыңыздың деңгейіне ықпал ететінін есте сақтауыңыз керек.

Введение

При кредитной технологии обучения разрабатывается каталог элективных дисциплин, который представляет собой систематизированный перечень дисциплин компонента по выбору и содержит краткое их описание.

Наряду с изучением дисциплин обязательного / вузовского компонента, магистрант должен выбрать для изучения дисциплины компонента по выбору.

Консультации по выбору элективных дисциплин дает эдвайзер. Вместе с ним магистрант заполняет форму записи на дисциплины для составления ИУП (индивидуального учебного плана).

Уважаемые магистранты! Важно помнить, что от того, насколько продуманной и целостной будет Ваша образовательная траектория, зависит уровень Вашей профессиональной подготовки, как будущего специалиста.

Introduction

At the credit technology of education the catalog of elective disciplines which represents the systematized list of disciplines of a component by choice and contains their brief description is developed.

Along with the study of the disciplines of the compulsory/university component, a graduate student must choose to study the disciplines of the elective component.

Advising on the choice of elective disciplines gives the adviser. Together with him a Master student fills in an enrollment form for disciplines for making up an IEP (individual study plan).

Dear Master's students! It is important to remember that the level of your professional preparation as a future specialist depends on how thought-out and integral your educational pathway will be.

Семестр бойынша элективті пәндерді бөлу /

Распределение элективных дисциплин по семестрам / Distribution of elective courses by semester

Пәннің атауы / Наименование дисциплины / The name of the discipline	Кредиттер саны / Кол-во кредитов/ Number of credits	Академиялық кезең/ Акад период/ Academic period
Қазіргі менеджмент / Современный менеджмент / Modern management	5	1
Ұйымдағы басшылық және көшбасшылық/ Руководство и лидерство в организации/ Management and leadership in the organization		
Қазіргі маркетингтік талдау / Современный маркетинговый анализ / Modern marketing analysis	5	2
Қонақүй бизнесі / Гостиничный бизнес / Hotel business		
Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары / Современные технологии маркетинговых исследований / Modern technologies of marketing research	5	2
Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлық теориясы / Теория иррационального поведения потребителей / Theory of irrational consumer behavior		
Маркетингтік стратегиялар/ Маркетинговые стратегии/ Marketing strategies	5	2
Брэнд - менеджмент / Брэнд - менеджмент / Brand Management		
Digital маркетинг/ Digital маркетинг/ Digital Marketing		
Интернет технологиялары/ Интернет технологии/ Internet technology		
Жобаларды басқарудың қазіргі технологиясы/ Современные технологии управления проектами/ Modern technologies of project management	5	2
IT-сервис менеджменті/ IT-сервис менеджмент/ IT-service management		
Бұлтты технологияларды пайдалану/ Использование облачных технологий/The use of cloud computing		
PR технологиясы/ PR технологии/ PR technologies		
Конструктивті қарым-қатынас психологиясы/ Психология конструктивного общения/ Psychology of constructive communication		
Риторика.Іскерлік қарым-қатынас/ Риторика.Деловое общение/ Rhetoric.Business Communication	5	2
Оқу іс-әрекетінің инновациялық формаларының әдістемесі/ Методология инновационных форм учебной деятельности/ Methodology of Innovative Forms of Educational Activity		
Білім беруді жекелендіру/ Персонализация образования/ Personalization of education		
Trade менеджмент / Trade менеджмент /Trade management	5	3
Trade маркетинг / Trade маркетинг /Trade marketing		
Бизнестің бәсекеге қабілеттілігі / Конкурентоспособность бизнеса / Business competitiveness		
Брэнд-маркетинг / Брэнд-маркетинг / Brand marketing	5	3
Туристтік өнімді жылжыту / Продвижение туристического продукта / Promotion of a tourist product		
Шығармашылық жарнама / Креативная реклама / Creative advertising	4	3

Қазіргі жарнамалық бизнес / Современный рекламный бизнес / Modern advertising business		
Халықаралық маркетинг/ Международный маркетинг/ International marketing	5	3
Коммуникациялық менеджмент / Коммуникационный менеджмент/ Communications management		

1 1 оқу жылына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для 1 года обучения/ Elective courses for year 1

<i>Қазіргі менеджмент / Современный менеджмент / Modern management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
магистранттарды заманауи менеджменттің теориялық және практикалық аспектілерімен таныстыру	ознакомление магистрантов с теоретическими и практическими аспектами современного менеджмента	familiarization of undergraduates with the theoretical and practical aspects of modern management
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - білуі керек: басқарушылық шешімдерді шығармашылық іздеудің заманауи әдістерін; басқарушылық шешім қабылдау процесінің жаңа әдіснамасын; жобаларды басқару әдіснамасын; - меңгеруі керек: ұйымды басқарудың жүйелі міндеттері мен мәселелерін шешу; адами, материалдық және қаржылық ресурстарды тиімді пайдаланумен байланысты басқарушылық шешімдер қабылдау; басқару процесін онтайландыру әдістерін қолдануды; - меңгеруі тиіс: тиімді коммуникация дағдылары; басқарушылық шешімдер қабылдау кезінде салдарлар мен тәуекелдерді бағалау дағдыларын; - құзыретті болу: қазіргі заманғы менеджменттің арнайы терминологиясын қолдануда, мемлекеттік даму бағдарламаларын құру кезінде ұсыныстардың тиімді портфельдерін қалыптастыруда. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать: современные методы творческого поиска управленческих решений; новую методологию процесса принятия управленческих решений; методологию управления проектами; - уметь: решать системные задачи и проблемы управления организацией; принимать управленческие решения, связанные с эффективным использованием человеческих, материальных и финансовых ресурсов; применять методы оптимизации процесса управления; - владеть: навыками эффективной коммуникации; навыками оценки последствий и рисков при принятии управленческих решений; - быть компетентным: использовать специальную терминологию современного менеджмента, формировать эффективные портфели предложений при создании государственных программ развития. 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - know: modern methods of creative search for managerial decisions; new methodology of the management decision-making process; project management methodology; - must master: solve systemic tasks and problems of organization management; make managerial decisions related to the effective use of human, material and financial resources; apply methods to optimize the management process; - possess: skills of effective communication; skills of assessing consequences and risks when making managerial decisions; - be competent: in the use of special terminology of modern management, in the formation of effective portfolios of proposals when creating state development programs.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Пән логикалық дәйектілікпен микро деңгейдегі	Дисциплина рассматривает научные,	The discipline deals with the scientific, socio-economic

басқарудың ғылыми, әлеуметтік-экономикалық және психологиялық аспектілерін қарастырады. Бұл пән басқару туралы білім кешенін қалыптастырады, басқару мазмұнын ашады, басқарушылық қызметтің әртүрлі түрлерін жүзеге асырудың нақты дағдыларын дамытады, басқару және жылжыту жүйелерін талдайды.	социально-экономические и психологические аспекты управления на микроуровне в логической последовательности. Данная дисциплина формирует комплекс знаний об управлении, раскрывает содержание управления, развивает специфические навыки осуществления различных видов управленческой деятельности, анализирует системы управления и продвижения.	and psychological aspects of management at the micro level in a logical sequence. This discipline forms a complex of knowledge about management, reveals the content of management, develops specific skills in the implementation of various types of managerial activities, analyzes management and promotion systems.
<i>Постреквизиттер/ Постреквизиты/ Post-requirements</i>		
Trade менеджмент	Trade менеджмент	Trade management
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
практик-мамандарды шақыру, бизнес, Мемлекеттік қызмет өкілдерімен іскерлік кездесулер өткізу және т. б.	приглашение специалистов-практиков, проведение деловых встреч с представителями бизнеса, Государственной службы и др	invite practitioners, hold business meetings with representatives of business, public services, etc
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. э.ғ.к., профессор	

Ұйымдағы басшылық пен көшбасшылық/Руководство и лидерство в организации/Management and Leadership in the Organization

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

<p>элеуметтік топтарда көшбасшылықты қалыптастыру мен жұмыс істеуінің заңдылықтары мен тетіктері туралы идеялар жүйесін игеру, персоналды басқару дағдылары мен дағдыларын дамыту, ұйымның жоғары тиімділігіне қол жеткізу үшін адамдардың мінез-құлқын басқару арқылы болашақ менеджердің басқарушылық мәдениетін дамыту</p>	<p>развитие управленческой культуры будущего менеджера путем освоения системы представлений о закономерностях и механизмах формирования и функционирования лидерства в социальных группах, развития умений и навыков руководства персоналом, управления поведением людей для достижения высокой результативности организации</p>	<p>development of the management culture of the future manager by mastering the system of ideas about the laws and mechanisms of the formation and functioning of leadership in social groups, the development of skills and skills of personnel management, management of people's behavior to achieve high performance of the organization</p>
---	--	--

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - білуге тиіс: өзінің болашақ мамандығының элеуметтік маңыздылығы; басқарудың барлық деңгейлеріндегі ұйымдардағы көшбасшылық проблемаларын теориялық және практикалық шешуге ғылыми көзқарастың мәні мен әдістері; басқарудың әртүрлі стилдерінің мазмұны және оларды ұйымда қолдану шарттарын; - меңгеруі керек: басқарушылық міндеттерді шешу үшін көшбасшылық пен биліктің негізгі теорияларын пайдалану; жеке басының артықшылықтары мен кемшіліктерін сыни бағалау; ұжымда жұмыс істеу; элеуметтік маңызды проблемалар мен процестерді талдау, топтық динамика процестерін және команданы қалыптастыру принциптерін білу негізінде топтық жұмысты тиімді ұйымдастыру; тұлғааралық, топтық және ұйымдастырушылық коммуникацияларды талдау және жобалау; - меңгеруі тиіс: іскерлік қарым-қатынасты жүзеге асыру қабілеті; әр түрлі жағдайларға байланысты басқарудың әр түрлі стильдерін пайдалану; көшбасшылық қасиеттерді зерттеу әдістері мен әдістемелері, көшбасшылық қабілеттерді дамыту технологиялары;</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: социальную значимость своей будущей профессии; сущность и методы научного подхода к теоретическому и практическому решению проблем лидерства в организациях на всех уровнях управления; содержание различных стилей управления и условия их применения в организации; - уметь: использовать основные теории лидерства и власти для решения управленческих задач; критически оценивать личные достоинства и недостатки; работать в коллективе; - анализировать социально значимые проблемы и процессы, эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды; анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации. владеть: способностью осуществлять деловое общение; использовать многообразные стили управления в зависимости от различных ситуаций; методами и методиками исследования лидерских</p>	<p>After successful completion of the course, students will be - know: the social significance of their future profession; the essence and methods of the scientific approach to the theoretical and practical solution of leadership problems in organizations at all levels of management; the content of various management styles and the conditions for their application in the organization: - be able to: use the basic theories of leadership and power to solve management problems; critically evaluate personal strengths and weaknesses; work in a team; analyze socially significant problems and processes, effectively organize group work based on knowledge of group dynamics and team formation principles; analyze and design interpersonal, group and organizational communications. - own: ability to carry out business communication; to use various management styles depending on different situations;</p>
--	---	---

- құзыретті болу: басқарушылық әсер ету әдістерін қолдануда.	качеств, технологиями развития лидерских способностей - быть компетентными: в использовании приемов управленческого воздействия	methods and techniques of research of leadership qualities, technologies of development of leadership abilities to be competent: in use of techniques of managerial influence
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курс көшбасшылық пен көшбасшылықтың теориялық және әдістемелік мәселелерін ашады, нарық жағдайында ұйымды басқару тиімділігін арттыру мақсатында топтық практика процестері және ұйымда басқарушылық шешімдер қабылдау жүйесінде топ құру принциптері туралы білім жиынтығын құрайды.	Курс раскрывает теоретические и методические вопросы лидерства и руководства с целью повышения эффективности управления организацией в условиях рынка, формирует комплекс знаний о процессах групповой динамики и принципах формирования команд в системе принятия управленческих решений в организации.	The course covers theoretical and methodological issues of leadership and leadership in order to improve the efficiency of organization management in the market, forms a set of knowledge about the processes of group dynamics and the principles of team formation in the system of managerial decision-making in the organization
<i>Постреквизиттер/ Постреквизиты/ Post-requirements</i>		
Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлық теориясы	Теория иррационального поведения потребителей	Theory of irrational consumer behavior
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақтар өткізу, практик-мамандарды шақыру, бизнес, Мемлекеттік қызмет өкілдерімен іскерлік кездесулер өткізу және т. б.	Проведение занятий на филиалах кафедры, приглашение специалистов-практиков, проведение деловых встреч с представителями бизнеса, государственной службы и др.	Conducting classes at the branches of the department, inviting practitioners, holding business meetings with representatives of business, public service, etc.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Тобылов К.Т. э.ғ.к.доцент	Тобылов К.Т. к.э.н. доцент	Tobylov K. T. candidate of economic sciences, assistant professor

2 2 оқу жылына арналған элективтік пәндер / Элективные дисциплины для 2 года обучения/ Elective courses for year 2

<i>Қазіргі маркетингтік талдау / Современный маркетинговый анализ / Modern marketing analysis</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
дұрыс маркетингтік шешімдер қабылдау үшін мүмкіндік жасауға бағытталған ұйымдағы маркетингтік талдаудың теориялық және практикалық мәселелері, оны жүргізу нысандары мен әдістері бойынша магистранттарды даярлаудың қажетті деңгейін қамтамасыз ету	обеспечить необходимый уровень подготовки магистрантов по теоретическим и практическим вопросам маркетингового анализа в организации, его форм и методов ведения, направленных на создание возможности для принятия правильных маркетинговых решений	provide the necessary level of training for undergraduates on theoretical and practical issues of marketing analysis in the organization, its forms and methods of conducting, aimed at creating opportunities for making the right marketing decisions
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - білуге тиіс: маркетингтік талдаудың мақсаты мен мазмұны, оның әдістері мен тәсілдері, сондай-ақ ақпараттық база; сатып алушыларға, тауарлар мен тауар саясатына, ассортимент пен ассортимент саясатына, баға саясатына, өткізу және өткізу саясатына, маркетингтік коммуникацияларға, кәсіпорынның жарнамасына, кәсіпорында маркетингті ұйымдастыруға талдау жүргізу рәсімі; - істеуі керек: сатып алу қалауына талдау жүргізу; бәсекелес ортаға талдау және бағалау жүргізу; тауар саясатының жалпы сипаттамасын жасау; тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтау; - меңгеруі тиіс: маркетингтік талдау арқылы ұйымдардың экономикалық қызметінің күрделі мәселелерін өз бетінше қою және шешу дағдылары. - құзыретті болу: таңдалған мамандық аясында маркетингтік талдау білімін іс жүзінде қолдану 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать: цели и содержание маркетингового анализа, его методы и приемы, а также информационную базу; процедуру проведения анализа покупателей, товаров и товарной политики, ассортимента и ассортиментной политики, ценовой политики, сбыта и сбытовой политики, маркетинговых коммуникаций, рекламы предприятия, организации маркетинга на предприятии; - уметь: проводить анализ покупательских предпочтений; проводить анализ и оценку конкурентной среды; составлять общую характеристику товарной политики; определять конкурентоспособность товара; - владеть: навыками по самостоятельной постановке и решению сложных вопросов экономической деятельности организаций посредством маркетингового анализа. - быть компетентными: в части практического 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - know: the goals and content of marketing analysis, its methods and techniques, as well as the information base; the procedure for analyzing customers, products and product policy, assortment and assortment policy, pricing policy, sales and sales policy, marketing communications, advertising of the enterprise, marketing organization at the enterprise; - be able to: analyze customer preferences; analyze and evaluate the competitive environment; make a general description of the product policy; determine the competitiveness of the product; - possess: skills for independent formulation and solution of complex issues of economic activity of organizations through marketing analysis. - be competent: in terms of the practical application of the knowledge of marketing analysis within the chosen specialty, have not only knowledge about the management of activities, but also be able to solve tactical and strategic tasks in this area

тұрғысынан, қызметті басқару туралы білімді ғана емес, сонымен қатар осы саладағы тактикалық және стратегиялық міндеттерді шеше білу.	применения знаний маркетингового анализа в рамках выбранной специальности, обладать не только знаниями об управлении деятельностью, но и уметь решать тактические и стратегические задачи в этой области	
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курс нарықтық жағдайда маркетингті басқарудың тиімділігін арттыру мақсатында маркетингтік талдау жүргізудің теориялық және әдістемелік мәселелерін ашады, маркетингтік талдауды ақпараттық қамтамасыз ету және оны маркетингтік зерттеулер жүйесінде қолдану туралы білім жиынтығын құрайды.	Курс раскрывает теоретические и методические вопросы проведения маркетингового анализа с целью повышения эффективности управления маркетингом в условиях рынка, формирует комплекс знаний об информационном обеспечении маркетингового анализа и его использовании в системе маркетинговых исследований.	The course reveals the theoretical and methodological issues of conducting marketing analysis in order to improve the effectiveness of marketing management in market conditions, forms a set of knowledge about the information support of marketing analysis and its use in the marketing research system.
<i>Постреквизиттер/ Постреквизиты/ Post-requirements</i>		
Қазіргі жарнамалық бизнес, Бизнесінің бәсекеге қабілеттілігі	Современный рекламный бизнес, Конкурентоспособность бизнеса	Modern advertising business, Business competitiveness
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақтар өткізу, баға белгілеуге әсер ететін факторларға талдау жүргізу, сондай-ақ жарнаманың экономикалық тиімділігін және кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастыру	Проведение занятий на филиалах кафедры, проведение анализа факторов, влияющих на ценообразование, а также определение экономической эффективность рекламы и организации маркетинговой деятельности предприятия	Conducting classes at the branches of the department, analyzing the factors that affect pricing, as well as determining the economic efficiency of advertising and the organization of marketing activities of the enterprise
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.Ә. э.ғ.к. доцент	Утебаева Ж.А. к.э.н. доцент	Utebaeva Zh. A. candidate of economic sciences. assistant professor

<i>Қонақүй бизнесі / Гостиничный бизнес / Hotel business</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>пәнін игерудің мақсаты отандық және шетелдік қонақ үй кәсіпорындарында қолданылатын басқарудың негізгі әдістерімен, принциптерімен және функцияларымен танысу, сондай-ақ студенттерді басқарушылық шешімдерді әзірлеуге және қабылдауға үйрету, ұжымдағы қақтығыстарды анықтау және шешу, қонақ үй саласындағы ұйым қызметкерлеріне өкілеттік беру болып табылады</p>	<p>Целями освоения дисциплины являются ознакомление с основными методами, принципами и функциями управления, используемых на отечественных и зарубежных гостиничных предприятиях, а также в обучении студентов разработке и принятию управленческих решений, выявлению и разрешению конфликтов в коллективе, делегированию полномочий сотрудникам организации в гостиничной сфере.</p>	<p>The objectives of the development of the discipline are to familiarize with the basic methods, principles and functions of management used in domestic and foreign hotel enterprises, as well as to train students in the development and adoption of management decisions, identification and resolution of conflicts in the team, delegation of authority to employees of the organization in the hotel sector. The objectives of the development of the discipline are to familiarize with the basic methods, principles and functions of management used in domestic and foreign hotel enterprises, as well as to train students in the development and adoption of management decisions, identification and resolution of conflicts in the team, delegation of authority to employees of the organization in the hotel sector.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар қонақ үй менеджментінің әдістерін, принциптері мен функцияларын біледі; қонақ үй шаруашылығын басқару жүйесіндегі ақпарат және коммуникациялар; - қонақ үй менеджментінде өкілеттік беруді қолданады; - қонақ үй кәсіпорнының ұйымдық құрылымын жобалайды; - қонақ үй ұйымдарының қызметін жоспарлау; - қонақ үй кәсіпорны ұжымының қызметін бақылауды жүзеге асырады; - қонақ үй кәсіпорнының қызметкерлерін ынталандыру; ұйымның сыртқы және ішкі ортасын талдайды;</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать методы, принципы и функции гостиничного менеджмента; информацию и коммуникации в системе управления гостиничным хозяйством; - применять делегирование полномочий в гостиничном менеджменте; - проектировать организационную структуру гостиничного предприятия; - планировать деятельность гостиничных организаций; - осуществлять контроль над деятельностью коллектива гостиничного предприятия; - мотивировать сотрудников гостиничного предприятия;</p>	<p>After successful completion of the course, students will be - - know the methods, principles and functions of hotel management; - information and communication in the hotel management system; - apply delegation of authority in hotel management; - design the organizational structure of the hotel company; - plan the activities of hotel organizations; - exercise control over the activities of the staff of the hotel company; - motivate employees of the hotel company; analyze the external and internal environment of the organization; - develop strategic, tactical and operational plans; - develop a system for monitoring the implementation of plans; - evaluate the effectiveness of the organization's</p>

<ul style="list-style-type: none"> - стратегиялық, тактикалық және жедел жоспарларды әзірлейді; - жоспарлардың іске асырылу барысын бақылау жүйесін әзірлейді; - ұйым менеджментінің тиімділігін бағалайды; - балама нұсқалардан басқару шешімін қабылдаудың оңтайлы нұсқасын таңдайды; - жанжалды жағдайлардан шығу тәсілдерін табады; - стандартты емес жағдайларда ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдерді табу қабілетін игеру, олар үшін жауапкершілік алуға, адамдарды басқаруға және бағынуға дайын болуы. 	<p>анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегические, тактические и оперативные планы; - разрабатывать систему контроля за ходом реализации планов; - оценивать эффективность менеджмента организации; - выбирать из альтернативных вариантов оптимальный вариант принятия управленческого решения; - находить способы выхода из конфликтных ситуаций; - овладеть способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, готовность нести за них ответственность, руководить людьми и подчиняться. 	<p>management; - choose from alternative options the best option for making a management decision; - find ways out of conflict situations.</p> <ul style="list-style-type: none"> - master the ability to find organizational and managerial solutions in non-standard situations, the willingness to take responsibility for them, lead people and obey
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Қазіргі менеджмент	Современный менеджмент	Modern management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Пән қонақ үй менеджментінің әдіснамалық негіздерін, қонақ үй менеджментінің принциптерімен таныстырады. Қонақ үй менеджментінің функциялары. Қонақ үй кәсіпорнының қызметін жоспарлау. Қонақ үй кәсіпорнының қызметкерлерін ынталандыру. Қонақ үй кәсіпорны қызметкерлерінің қызметін реттеу. Қонақ үй кәсіпорнын басқаруды бақылау. Қонақ үй кәсіпорнын басқаруға өкілеттік беру. Қонақ үй бизнесін басқарудың стильдері. Ұжымдағы жанжалдар және оларды шешу жолдары</p>	<p>Дисциплина дает методологические основы гостиничного менеджмента. Принципы гостиничного менеджмента. Функции гостиничного менеджмента. Планирование деятельности гостиничного предприятия. Мотивация сотрудников гостиничного предприятия. Регулирование деятельности сотрудников гостиничного предприятия. Контроль в управлении гостиничным предприятием. Делегирование полномочий в управлении гостиничным предприятием. Стили управления гостиничным предприятием. Конфликты в коллективе и</p>	<p>The course covers ofmethodological foundations of hotel management. Principles of hotel management. Functions of hotel management. Planning the activities of a hotel company. Motivation of employees of the hotel company. Regulation of the activities of employees of the hotel company. Control in the management of a hotel enterprise. Delegation of authority in the management of a hotel company. Hotel management styles. Conflicts in the team and ways to resolve them. Self-management of the head of the hotel compan</p>

	пути их разрешения. Самоменеджмент руководителя гостиничного предприятия.	
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты / Post-requirements</i>		
Туристік өнімді жылжыту	Продвижение туристского продукта	Promotion of a tourist product
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i>		
Утебаева Ж.Ә. э.ғ.к. доцент	Утебаева Ж.А. к.э.н. доцент	Utebaeva Zh. A. candidate of economic sciences. assistant professor

<i>Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары / Современные технологии маркетинговых исследований / Modern technologies of marketing research</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
пәнді игеру барысында студенттердің маркетингтік дүниетанымын қалыптастыру үшін студенттер заманауи маркетингтік технологиялар мен құралдарды оқып қана қоймай, сонымен қатар оларды шұғыл маркетингтік мәселелерді шешуде практикалық қолдану дағдыларын қалыптастыруы.	формировать маркетинговое мировоззрение в процессе освоения дисциплины обучающиеся должны не только изучить современные маркетинговые технологии и инструменты, но и выработать навыки практического применения их для решения актуальных маркетинговых задач.	to form a marketing worldview in the process of mastering the discipline, students should not only study modern marketing technologies and tools, but also develop skills for their practical application to solve urgent marketing problems.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - қазіргі кезеңде экономикалық зерттеудің бір түрі ретінде маркетингтік зерттеулер әдіснамасы мен әдістемесі туралы білімін іске асыруға неізделген маркетингтік зерттеулер жүргізу дағдыларын қалыптастырады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - формирует навыки проведения маркетинговых исследований, основанные на реализации знаний о методологии и методике экономического исследования, разнообразностью которых являются маркетинговые исследования на современном этапе	After successful completion of the course, students will be - forms the skills of conducting marketing research based on the implementation of knowledge about the methodology and methodology of economic research, a type of which is marketing research at the present stage
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курс заманауи маркетингтік технологиялардың мәнін, принциптерін, құралдарын ашады, маркетингтің негізгі тенденцияларын өзгертуге, тұтынушылық құндылықтарды жіктеуге, тұтынушымен қарым-қатынас орнатудың заманауи әдістеріне, әр түрлі маркетингтік технологияларды қолдану мүмкіндігіне, нарықтық ғаламдық интерактивті кеңістікте барынша дамыған маркетингтік	Курс раскрывает сущность, принципы, инструменты современных маркетинговых технологий, изложены подходы к изменению ключевых маркетинговых тенденций, классификацию потребительских ценностей, современные методы построения взаимоотношений с потребителем, возможности использования различных технологий маркетинга, маркетинговые	The course reveals the essence, principles, tools of modern marketing technologies, outlines approaches to changing key marketing trends, classification of consumer values, modern methods of building relationships with the consumer, the possibility of using various marketing technologies, marketing concepts that have received the greatest development in the global interactive market space, such as: interaction marketing, cognitive and creative marketing.

тұжырымдамалар, мысалы: өзара маркетинг, когнитивті және креативті маркетинг.	концепции, получившие наибольшее развитие в глобальном интерактивном рыночном пространстве, такие как: маркетинг взаимодействия, когнитивный и креативный маркетинг.	
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты / Post-requirements</i>		
Бизнестің бәсекеге қабілеттілігі, Халықаралық маркетинг	Конкурентоспособность бизнеса, Международный маркетинг	Business competitiveness, International marketing
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.Ә. э.ғ.к. доцент	Утебаева Ж.А. к.э.н. доцент	Utebaeva Zh. A. candidate of economic sciences. assistant professor

<i>Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлық теориясы / Теория иррационального поведения потребителей / Theory of irrational consumer behavior</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>элеуметтануда, психологияда, экономика мен маркетингте тұтынушылардың қисынсыз мінез-құлық-на теориялық және әдіснамалық тәсілдерді, сон-дай-ақ жеке тұлғалардың тауарлар мен қызметтерді бағалау, сатып алу, пайдалану және жою кезінде шешім қабылдау процесін, әрекеттері мен түсінік-терін басқару әдістерін зерттеу қазіргі заманғы жағдайлар.</p>	<p>изучение существующих в социологии, психологии, экономике и маркетинге теоретико-мето-дологические подходов к иррациональному потребителскому поведению, а также методов управления процессом принятия решений, действиями и восприятием индивидов в оценке, приобретении, применении и избавлении от товаров и услуг в современных условиях.</p>	<p>studying the theoretical and methodological approaches to irrational consumer behavior existing in sociology, psychology, economics and marketing, as well as methods of managing the decision-making process, actions and perceptions of individuals in assessing, purchasing, using and disposing of goods and services in modern conditions.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар біледі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тұтынушылардың мінез-құлықын талдау және алынған нәтижелерді түсіндіру әдістерін; - мінез-құлықтың мотивациялық факторларын анықтау және бағалау әдістері және клиенттің қанағаттануын; - тұтынушы іздеу алгоритмі, өнім немесе бренд туралы ақпаратты қабылдау және есте сақтау; - әр түрлі маркетингтік стратегиялардың тұтынушының мінез-құлқына әсерін; - жалпы қажеттіліктерді құрылымдау әдістерін; - сатып алу тәртібінің заңдылықтары және оған әсер ететін факторларды; - тауарлар, қызметтер, идеялар нарығында тұтынушылардың мінез-құлықын басқарудың қазіргі заманғы тұжырымдамалары, тәсілдері мен әдістерін; <p>істей алады:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетингте тұтынушылық мінез-құлықтың социологиялық, экономикалық және 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p><i>- знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа потребительского поведения и интерпретации полученных результатов; - методы выявления и оценки мотивационных факторов поведения и удовлетворенности потребителей; - потребительский алгоритм поиска, восприятия и запоминания информации о продукте или бренде; - влияние различных маркетинговых стратегий на поведение потребителей; - методы структуризации общих потребностей; - модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него; - современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять социологические, экономические и психологические теории потребительского 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p><i>- know:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - methods of analyzing consumer behavior and interpreting the results obtained; - methods for identifying and assessing motivational factors of behavior and customer satisfaction; - consumer search algorithm, perception and memorization of information about a product or brand; - the impact of various marketing strategies on consumer behavior; - methods of structuring common needs; - patterns of purchasing behavior and factors influencing it; - modern concepts, approaches and methods of managing consumer behavior in the market for goods, services, ideas; <p><i>able to:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - to apply sociological, economic and psychological theories of consumer behavior in marketing; - to analyze the complex of factors influencing consumer behavior;

<p>психологиялық теорияларын қолдануды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторлар кешеніне талдау жүргізуді; - сұраныстар мен қалаулардың өзгеруіне және жалпы нарықтағы тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін факторларды анықтауды; - қанағаттандырылмаған қажеттіліктердің себептерін анықтауды; - сатып алушылардың (клиенттердің) қажеттіліктерін барынша толық қанағаттандыруды қамтамасыз ету үшін анықтауды; - мақсатты сегменттермен тауарларды, қызметтерді сатып алу мақсаттарын анықтауды; дағдыларға ие болу; - әртүрлі маркетингтік ынталандырудың тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін зерттеу; - тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу әдістемесі мен әдістемесін әзірлеу, нақты маркетингтік міндеттерді шешу; - тұтынушыны сатып алу туралы шешім қабылдауға жетелейтін сатып алу мінез-құлқын модельдеу; - тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу және алынған нәтижелерді түсіндіру. 	<p>поведения в маркетинге;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей; - выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом; - выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей; - выявлять потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения; - определять цели приобретения товаров, услуг целевыми сегментами; <p><i>иметь навыки:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - изучения влияния различных маркетинговых стимулов на поведение потребителей; - разработки методологии и методики исследования поведения потребителей, решения конкретных маркетинговых задач; - моделирования покупательского поведения, подвода потребителя к принятию решения о покупке; - исследования поведения потребителей и интерпретации полученных результатов. 	<ul style="list-style-type: none"> - to identify the factors influencing the change in requests and preferences and the behavior of consumers in the market as a whole; - to identify the causes of unmet needs; - to identify the needs of buyers (clients) to ensure their fullest satisfaction; - to determine the objectives of the acquisition of goods, services by target segments; <p><i>have skills:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - studying the impact of various marketing incentives on consumer behavior; - development of a methodology and methodology for researching consumer behavior, solving specific marketing problems; - modeling of purchasing behavior, leading the consumer to making a purchase decision; - research on consumer behavior and interpretation of the results obtained.
<i>Преквизиттері / Преквизиты / Prerequisites</i>		
Ұйымдағы басшылық және көшбасшылық	Руководство и лидерство в организации	Management and leadership in the organization
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Пән тұтынушының қисынсыз мінез-құлық теорияларын тәжірибеде қолдануды үйретеді. Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу әдістері. Интернет-маркетинг. Адалдық бағдарламалары: тұтынушылармен қарым-қатынасты басқару құралы және маркетингтік шығындарды оңтайландыру тәсілі.</p>	<p>Данная дисциплина дает применение теории иррационального потребительского поведения на практике. Методы исследования потребительско-го поведения. Интернет-маркетинг. Программы лояльности: инструмент управления отношениями с клиентами и способ оптимизации марке-</p>	<p>This discipline is focuses theories of irrational consumer behavior. Research methods of consumer behavior. Internet Marketing. Loyalty programs: a customer relationship management tool and a way to optimize marketing costs. Cultural characteristics of consumer perception. Social factors of consumer behavior. The influence of reference groups on</p>

<p>Тұтынушылардың қабылдауының мәдени сипаттамалары. Тұтынушылардың мінез-құлқының әлеуметтік факторлары. Тұтынушылардың мінез-құлқына анықтамалық топтардың әсері. Тұтынушының мінез-құлқына отбасы мен үй шаруа-шылығының әсері. Тұтынушы мінез-құлқының психологиялық факторлары. Тұтынушының мінез-құлқына тұлғаның әсері. Тұтыну мотивтері және шешім қабылдау процесі. Тұтынушыларға әсері. B2B нарығында бизнес жүргізу ерекшеліктері. Тұтынушылардың құқықтары: мазмұны, қорғалуы, құқықтық негіздері.</p>	<p>тинговых расходов. Культурные особенности восприятия потребителей. Социальные факторы потребительского поведения. Влияние референтных групп на поведение потребителей. Влияние семьи и домашнего хозяйства на поведение потребителей. Психологические факторы поведения потребителей. Влияние личности на поведение потребителя. Мотивы потребления и процесс принятия решений. Воздействие на потребителей. Особенности ведения дел на B2B рынке. Права потребителей: содержание, защита, законодательная база.</p>	<p>consumer behavior. Influence of family and household on consumer behavior. Psychological factors of consumer behavior. The influence of personality on consumer behavior. Consumption motives and decision-making process. Impact on consumers. Features of doing business in the B2B market. Consumer rights: content, protection, legal framework.</p>
<p><i>Postrekvizиттері / Постреквизиты / Post-requirements</i></p>		
<p>Шығармашылық жарнама</p>	<p>Креативная реклама</p>	<p>Creative advertising</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Тобылов К.Т., э.ғ.к.</p>	<p>Тобылов К.Т., к.э.н.</p>	<p>Tobylov K.T., c.e.s.</p>

<i>Маркетингтік стратегиялар/ Маркетинговые стратегии/ Marketing strategies</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>-алынған ақпаратты талдау негізінде нарықтағы іс-әрекеттерді жоспарлау үшін студенттердің стратегияларды құру, әлеуметтік объектілерге зерттеулер жүргізу ережелері мен әдістері туралы түсініктерін қалыптастыру;</p> <p>- Стратегиялық маркетинг саласындағы қызметті жүзеге асыру үшін қажетті зерттеу дағдыларын дамыту;</p> <p>- студенттердің стратегиялық маркетингті қолданудың практикалық дағдыларын қалыптастыру.</p>	<p>-формирование у студентов представления о правилах и приемах построения стратегий, проведения исследований социальных объектов, для планирования действий на рынке на основе анализа полученной информации;</p> <p>- развитие исследовательских навыков, необходимых для осуществления деятельности в области стратегического маркетинга;</p> <p>- формирование у студентов практических навыков применения стратегического маркетинга.</p>	<p>-formation of students' understanding of the rules and techniques for building strategies, conducting research on social objects, for planning actions in the market based on the analysis of the information received;</p> <p>- development of research skills necessary for the implementation of activities in the field of strategic marketing;</p> <p>- formation of students' practical skills in the application of strategic marketing.</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <p>- маркетингтік қызметті әзірлеу және басқару мақсатында тұтынушыларды зерттеудің негізгі жүйелерін;</p> <p>- тұтыну нарығын сегменттеу ережелері мен критерийлерін;</p> <p>- тауар саясаты мен нарықтық стратегияны қалыптастыру әдістері мен әдістерін;</p> <p>- маркетингтік стратегия шеңберіндегі маркетингтік коммуникациялар жүйесін білетін болады.</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>Знать:</p> <p>- основные системы изучения потребителей в целях разработки и управления маркетинговой деятельностью;</p> <p>- правила и критерии сегментации потребительского рынка;</p> <p>- способы и методы формирования товарной политики и рыночной стратегии;</p> <p>- систему маркетинговых коммуникаций в рамках маркетинговой стратегии;</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>To know:</p> <p>- basic systems for studying consumers in order to develop and manage marketing activities; - rules and criteria for segmentation of the consumer market;</p> <p>- methods and methods of formation of commodity policy and market strategy. - a marketing communications system within the framework of a marketing strategy;</p>
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курс магистранттарда ғылыми тұжырымдамаларға негізделген маркетингтегі стратегиялық шешімдерге кешенді көзқарас қалыптастыруға; стратегиялық маркетингтік	Курс направлен на создание у магистрантов комплексного подхода к стратегическим решениям в маркетинге, основанным на научных концепциях; получение навыков	The course is aimed at creating an integrated approach for undergraduates to strategic decisions in marketing based on scientific concepts; gaining skills in developing strategic marketing plans, designing

<p>жоспарларды әзірлеу, оларды іске асыру жөніндегі іс-шараларды жобалау және осы іс-әрекеттердің компания құнына әсерін бағалау дағдыларын алуға; компанияның бәсекелестік артықшылығының негізгі элементі ретінде клиентке бағдарлану түсінігін қалыптастыруға бағытталған. Курс магистрлерге компанияның маркетинг кешенін, тұтынушылармен және бәсекелестермен өзара әрекеттесу жүйесін талдау және әзірлеу бойынша құзыреттерді алуға арналған.</p>	<p>разработки стратегических маркетинговых планов, проектирования мероприятий по их реализации и оценки влияния этих действий на стоимость компании; формирование понимания клиентоориентированности как ключевого элемента конкурентного преимущества компании. Курс разработан для получения магистрами компетенций по анализу и разработке комплекса маркетинга компании, системы взаимодействий с потребителями и конкурентами.</p>	<p>measures for their implementation and assessing the impact of these actions on the company's value; forming an understanding of customer orientation as a key element of a company's competitive advantage. The course is designed to provide masters with competencies in the analysis and development of a company's marketing mix, a system of interactions with consumers and competitors.</p>
<p><i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i></p>		
<p>Бизнестің бәсекеге қабілеттілігі. Қазіргі жарнамалық бизнес.</p>	<p>Конкурентоспособность бизнеса, Современный рекламный бизнес</p>	<p>Business competitiveness. Modern advertising business</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Тобылов К.Т.</p>	<p>Тобылов К.Т</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Бренд-менеджмент/ Бренд-менеджмент /Brand Management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушылардың қазіргі кезеңдегі бренд-менеджмент саласындағы теориялық білімі мен практикалық дағдыларын қалыптастыру	формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области бренд-менеджмента на современном этапе	formation of students ' theoretical knowledge and practical skills in the field of brand management at the present stage
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - білуге тиіс: брендтерді әзірлеу мен жылжытудың әдіснамалық негіздері, оқытылатын курстың негізгі санаттары; бренд - менеджмент процесінің кезеңдері; бренд - менеджмент портфелін басқарудың ерекшеліктері; бренд-коммуникацияларды қалыптастырудың жалпы принциптері; бренд-менеджменттің құқықтық аспектілері; - меңгеруі керек: бренд - менеджмент мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу; бренд-менеджмент саласында түрлі іс-шараларды өткізу мүмкіндіктерін бағалау; - меңгеруі тиіс: брендтер қоржынын басқару процесінде әртүрлі әдістерді қолдану дағдылары; бренд-коммуникацияларды пайдалану. - құзыретті болу: бренд-менеджменттің арнайы терминологиясы мен лексикасын қолдануда; бренд-менеджмент саласындағы маркетингтік іс-шараларды ұйымдастыруда және өткізуде. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать: методологические основы разработки и продвижения брендов, основные категории изучаемого курса; этапы процесса бренд-менеджмента; особенности управления портфелем брендов; общие принципы формирования бренд - коммуникаций; методы капитализации бренда; правовые аспекты бренд - менеджмента; - уметь: проводить анализ маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов бренд - менеджмента; оценивать возможности проведения различных видов мероприятий в области бренд - менеджмента; - владеть: навыками применения различных методов в процессе управления портфелем брендов; использования бренд-коммуникаций. - быть компетентными: в применении специальной терминологии и лексики бренд-менеджмента; в организации и проведении маркетинговых мероприятий в области бренд-менеджмента. 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - know: methodological foundations of brand development and promotion, the main categories of the course being studied; stages of the brand management process; features of brand portfolio management; general principles of brand communication formation; methods of brand capitalization; legal aspects of brand management; - be able to: analyze marketing problems and specific market situations related to brand management issues; evaluate the possibilities of conducting various types of events in the field of brand management; - possess: the skills of applying various methods in the process of brand portfolio management; the use of brand communications. - be competent: in the application of special terminology and vocabulary of brand management; in the organization and conduct of marketing activities in the field of brand management.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Қазіргі менеджмент,	Современный менеджмент,	Modern management,
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Қазіргі жағдайда брендинг. Фирма ішіндегі басқару жүйесіндегі Бренд-менеджмент.	Брендинг в современных условиях. Бренд - менеджмент в системе внутрифирменного	Branding in modern conditions. Brand management in the internal management system. Strategic brand

Стратегиялық Бренд-менеджмент. Бренд портфелін басқару. Біріктірілген бренд байланысы. Брендті капиталдандыру. Бренд менеджментінің құқықтық аспектілері.	управления. Стратегический бренд - менеджмент. Управление портфелем брендов. Интегрированные бренд - коммуникации. Капитализация бренда. Правовые аспекты бренд - менеджмента.	management. Brand portfolio management. Integrated brand communications. Brand capitalization. Legal aspects of brand management.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Trade менеджмент	Trade менеджмент	Trade management
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Кафедра филиалдарында сабақтар өткізу, бренд - менеджмент мәселелеріне қатысты маркетингтік мәселелер мен нақты нарықтық жағдайларға талдау жүргізу; бренд - менеджмент саласында түрлі іс-шаралар өткізу мүмкіндігін бағалау	Проведение занятий на филиалах кафедры, проведение анализа маркетинговых проблем и конкретных рыночных ситуаций, касающихся вопросов бренд - менеджмента; оценивание возможности проведения различных видов мероприятий в области бренд – менеджмента	Conducting classes at the branches of the department, analyzing marketing problems and specific market situations related to brand management issues; evaluating the possibility of conducting various types of events in the field of brand management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor

<i>Digital маркетинг/ Digital маркетинг/ Digital marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
digital маркетингтің тиімді қызметін ұйымдастыруға, сондай-ақ компаниялар мен өнімдерді Интернетте жылжытуға қажетті білім, Дағдылар мен құзыреттерді қалыптастыру	формирование у обучающихся знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной деятельности digital маркетинга, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете.	formation of students' knowledge, skills and competencies necessary for the organization of effective digital marketing activities, as well as the promotion of companies and products on the Internet
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - ақпараттық қауіпсіздіктің негізгі талаптарын ескере отырып, кәсіби міндеттерді шешу кезінде Интернет желісінде және мамандандырылған деректер базасында ақпаратты іздеу әдістемесін талдайды; - әртүрлі дереккөздер мен дерекқорлардан ақпаратты іздеуді, сақтауды, өңдеуді және талдауды жүзеге асыру, оны ақпараттық, компьютерлік және желілік технологияларды пайдалана отырып, қажетті форматта ұсынады; - әртүрлі дереккөздер мен дерекқорлардан ақпаратты іздеу, сақтау, өңдеу және талдау дағдыларын меңгеру, оны ақпараттық, компьютерлік және желілік технологияларды пайдалана отырып, қажетті форматта ұсынады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут: - анализировать методологию поиска информации в сети Интернет и специализированных базах данных при решении профессиональных задач, с учетом основных требований информационной безопасности; - осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий; - владеть навыком поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий.	After successful completion of the course, students will: - analyze the methodology of searching for information on the Internet and specialized databases when solving professional tasks, taking into account the basic requirements of information security; - to search, store, process and analyze information from various sources and databases, to present it in the required format using information, computer and network technologies; - possess the skills of searching, storing, processing and analyzing information from various sources and databases, present it in the required format using information, computer and network technologies.
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Сандық Маркетингке кіріспе. Digital маркетинг байланыс арналары. Digital маркетингінің салалары мен қолдану стратегиялары. Сайт digital маркетинг құралы ретінде. Сайтқа келушілерді	Введение в digital маркетинг. Коммуникационные каналы digital маркетинга. Области и стратегии применения digital маркетинга. Сайт как инструмент digital	Introduction to digital marketing. Communication channels of digital marketing. Areas and strategies of digital marketing application. Website as a digital marketing tool. Technologies for attracting visitors to

тарту технологиялары. Мәтінмәндік және мақсатты жарнама. Іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO). Медиа жарнама және оны автоматтандыру құралдары. E-mail-маркетинг және әлеуметтік желілермен жұмыс. Интернет мониторингі және интернет аналитикасы.	маркетинга. Технологии привлечения посетителей на сайт. Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO). Медийная реклама и инструменты ее автоматизации. E-mail — маркетинг и работа с социальными сетями. Интернетмониторинг и интернетаналитика.	the site. Contextual and targeted advertising. Search engine optimization (SEO). Display advertising and its automation tools. E-mail marketing and working with social networks. Internet monitoring and Internet analytics.
<i>Постреквизиттері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Халықаралық маркетинг/	Международный маркетинг	International marketing
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Утебаева Ж.А.	Тобылов К.Т.

<i>Интернет технологиялары / Интернет технологии / Internet technology</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Интернетті ұйымдастыру және қызмет ету технологияларын, принциптерін меңгеру, Интернет ортасында қолдану үшін қосымшаларды жобалау әдістеріне үйрету.	Освоение технологий, принципов организации и функционирования Интернета, обучение методам проектирования приложений для использования в среде Интернет.	Mastering the technologies, principles of the organization and functioning of the Internet, training in the methods of designing applications for use in the Internet environment.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - интернетте қолданылатын интернетті ұйымдастыру, оның жұмыс істеу принциптерін және ақпаратты өңдеу технологияларын білетін болады; - қазіргі заманғы интернет технологиялар негізінде бағдарламалық қосымшаларды құрастырады; - заманауи интернет технологиялармен тиімді жұмыс жасайды.	После успешного завершения курса обучающиеся будут -знать принципы организации, функционирования Интернет и технологии обработки информации, применяемые в Интернете; -создавать программные приложения на основе современных интернет технологий; - успешно работать с современными интернет технологиями.	After successful completion of the course, students will be -Know the principles of organization, functioning of the Internet and information processing technologies used on the Internet; -create software applications based on modern Internet technologies; - successfully work with modern Internet technologies.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Интернет технологияларының негіздері. Интернет коммуникациясының модельдері. Пайдаланушылардың Интернетке қол жеткізуі. Интернет желісіне қатынау технологиялары. Интернеттегі WEB-серверлер. WEB-ресурстарды алу технологиялары. Интернетте іздеу технологиясы. Интернет Сервистері. Электрондық пошта. Интернет Сервистері. Файл алмасу. Интернеттегі ақпаратты қорғау. Интернет пайдаланушыларын сәйкестендіру. Интернетке арналған қосымшаларды құру технологиялары. Интернет клиенттік қосымшаларын құру технологиялары. Интернеттің серверлік қосымшаларын құру технологиялары. Интернет технологиялардың даму болашағы.	Основы интернет технологий. Модели коммуникации Интернета. Доступ пользователей в Интернет. Технологии доступа к сети Интернет. WEB - серверы в Интернете. Технологии получения WEB-ресурсов. Технологии поиска в Интернете. Сервисы Интернета. Электронная почта. Сервисы Интернета. Обмен файлами. Защита информации в Интернете. Идентификация пользователей в Интернета. Технологии создания приложений для Интернета. Технологии создания клиентских приложений Интернета. Технологии создания серверных приложений Интернета. Перспективы развития интернет технологий.	Fundamentals of Internet technologies. Internet communication models. User access to the Internet. Internet access technologies. WEB servers on the Internet. Technologies for obtaining WEB resources. Internet search technologies. Internet services. Email. Internet services. File sharing. Protection of information on the Internet. Identification of users on the Internet. Technologies for creating applications for the Internet. Technologies for creating Internet client applications. Technologies for creating Internet server applications. Prospects for the development of Internet technologies.

<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Тиісті бағдарламалық жасақтаманы пайдалана отырып, университеттің компьютерлік сыныптарында сабақтар өткізу.	Проведение занятий в компьютерных классах университета, с использованием соответствующего программного обеспечения.	Conducting classes in computer classes of the university, using the appropriate software.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Исмаилов А. О.	Исмаилов А. О.	Исмаилов А. О.

<i>Жобаларды басқарудың қазіргі технологиясы / Современные технологии управления проектами / Modern technologies of project management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Халықаралық және ұлттық талаптарға сәйкес жобалардың кәсіби менеджерлерін жобалық қызметтің қазіргі заманғы үрдістері мен технологияларын басқару бойынша мамандардың құзыретіне дайындау.	Формирование навыков необходимых для профессиональных менеджеров в управлении проектами в соответствии с международными и национальными требованиями к компетенции специалистов по управлению проектами и современными тенденциями и технологиями проектной деятельности.	Prepare professional project managers in accordance with international and national requirements for the competence of project management specialists and modern trends and technologies of project activity.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - жобалық қызметтің негізгі принциптерін, жобаларды басқару ұғымдары мен терминдерін, жобалық басқару саласындағы заманауи технологияларды білетін болады; - жобалық циклдің әртүрлі кезеңдерінде жобаларды басқару технологияларын қолдану қажеттілігін талдайды; - заманауи экономика мен ІТ саласындағы жобалық менеджмент технологияларының орны мен рөлін бағалайды; - ІТ-те жобалық менеджмент технологиясын қолдануға экономикалық бағалау жүргізеді; - әр түрлі бағдарламалар мен қосымшалармен жұмыс жасайды.	После успешного завершения курса обучающиеся будут -знать основные принципы проектной деятельности, понятия и термины управления проектами, современные технологии в области проектного управления; -анализировать необходимость применения технологий управлений проектами на разных этапах проектного цикла; - оценивать место и роли технологий проектного менеджмента в различных сферах современной экономики и ІТ сфере; - проводить экономическую оценку применения технологии проектного менеджмента в ІТ; - работать с различными программами и приложениями.	After successful completion of the course, students will be -to know the basic principles of project activities, concepts and terms of project management, modern technologies in the field of project management; -analyze the need to apply project management technologies at different stages of the project cycle; - to evaluate the place and role of project management technologies in different spheres of modern economics and ІТ sphere; - conduct an economic assessment of the application of project management technology in ІТ; - work with various programs and applications.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Жобаларды басқаруды анықтау (ағылш. project management) - АҚШ үкіметтері мен Еуроодақ елдері қабылдаған ISO 21500 халықаралық стандартының анықтамасына сәйкес. Жобаға әдістерді, құралдарды, техникаларды және құзыреттілікті қолдану. ANSI ұлттық	Определение управления проектами (англ. project management) - в соответствии с определением международного стандарта ISO 21500, принятого правительствами США и странами Евросоюза. Применение методов, инструментов, техник и компетенцией к	Definition of project management - in accordance with the definition of the international standard ISO 21500, adopted by the governments of the United States and the European Union. Applying methods, tools, techniques, and competencies to a project. Project management in accordance with the definition of the

стандартына сәйкес жобаларды басқару. Жоспарды анықтау, тәуекелдер мен жоспардан ауытқуларды азайту, өзгерістерді тиімді басқару (үдерістік, функционалдык басқарудан, қызметтер деңгейін басқарудан айырмашылығы). Жобаның кәсіби салаларындағы жобаларды басқару. Техникалық және басқару әдістерін тиімді үйлестіретін жоба өнімін құру.	проекту. Управление проектами в соответствии с определением национальным стандартом ANSI. Определение плана, минимизации рисков и отклонений от плана, эффективного управления изменениями (в отличие от процессного, функционального управления, управления уровнем услуг). Управление проектами в профессиональных сферах проекта. Создание продукта проекта, эффективно сочетающего технические и управленческие методы.	national ANSI standard. Definition of the plan, minimization of risks and deviations from the plan, effective change management (as opposed to process, functional management, service level management). Project management in the professional areas of the project. Creating a project product that effectively combines technical and managerial methods.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Тиісті бағдарламалық жасақтаманы пайдалана отырып, университеттің компьютерлік сыныптарында сабақтар өткізу.	Проведение занятий в компьютерных классах университета, с использованием соответствующего программного обеспечения.	Conducting classes in computer classes of the university, using the appropriate software.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Исмаилов А. О.	Исмаилов А. О.	Исмаилов А. О.

<i>IT-сервис менеджменті / IT-сервис менеджмент/ IT-service management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
IT Service Management ат басқару тәсілі ретінде түсінігін қалыптастыру, ITIL кітапханасының Service Support және Service Delivery бөлімдерінің мазмұнымен танысу, ұйымдағы ат басқару процестері туралы білімді жүйелеу, IT Service Management негізгі түсініктерін беру, және сервистік және үдерістік тәсілге салыстырмалы талдау жасау.	Формирование понимания IT Service Management как подхода к управлению ИТ, ознакомление с содержанием разделов Service Support и Service Delivery библиотеки ITIL, систематизировать знания о процессах управления ИТ в организации, дать ключевые понятия IT Service Management, и сравнительный анализ сервисного и процессного подхода.	To form an understanding of IT Service Management as an approach to IT management, to get acquainted with the content of the Service Support and Service Delivery sections of the ITIL library, to systematize knowledge about IT management processes in the organization, to give the key concepts of IT Service Management, and a comparative analysis of the service and process approach.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - іскерлік ақпаратпен жұмыс істеудің негізгі түсініктері мен қазіргі принциптерін біледі, сондай-ақ корпоративтік ақпараттық жүйелер мен деректер базалары туралы түсінікке ие болады; -эмпирикалық және эксперименталды мәліметтерді өңдейді; басқарушылық міндеттерді шешу үшін ақпараттық технологияларды қолданады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных; -обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; применять информационные технологии для решения управленческих задач.	After successful completion of the course, students will be -know basic concepts and modern principles of working with business information, as well as have an understanding of corporate information systems and databases; -process empirical and experimental data; apply information technology to solve management problems.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
ITSM (IT ServiceManagement, ат-Қызметтерді басқару) - бизнестің қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған ат - Қызметтерді басқару және ұйымдастыру тәсілі. Адамдардың, үдерістердің және ақпараттық технологиялардың оңтайлы үйлесімін пайдалану арқылы АТ қызметтерін жеткізушілермен іске асырылатын АТ қызметтерін басқару. ITIL құжаттарының сериясын пайдаланатын АТ қызметтерін басқару тәсілін іске асыру. ITSM принциптері:	ITSM (IT ServiceManagement, управление ИТ-услугами) - подход к управлению и организации ИТ-услуг, направленный на удовлетворение потребностей бизнеса. Управление ИТ-услугами реализуемые поставщиками ИТ-услуг путём использования оптимального сочетания людей, процессов и информационных технологий. Реализации подхода к управлению ИТ-услуг использующая серию документов ITIL.	ITSM (IT ServiceManagement, IT service management) is an approach to the management and organization of IT services, aimed at meeting the needs of the business. IT service management implemented by IT service providers through the use of an optimal combination of people, processes, and information technology. Implement an IT service management approach using the ITIL document series. ITSM principles: incident management, configuration management, security management, etc. Models of

<p>инциденттерді басқару, конфигурацияларды басқару, қауіпсіздікті басқару және т. б. Ат бөлігінде нарық субъектісін құрылымдау модельдері: инсорсинг-АТ-қызметтерін көрсету үшін ішкі мамандандырылған ат-бөлімшелерін пайдалану; аутсорсинг - ат-функцияларын нарық субъектісіне қатысты сыртқы мамандандырылған сервистік ұйымға орындауға беру; аралас модель (бірқатар сервистер нарық субъектісінің сервистік бөлімшесі (инсорсинг) ұсынады, басқа сервистерді сыртқы сервистік ұйым (аутсорсинг) ұсынады.</p>	<p>Принципы ITSM: управление инцидентами, управление конфигурациями, управление безопасностью и т. д. Модели структурирования субъекта рынка в части ИТ: инсорсинг – использование внутренних специализированных ИТ- подразделений для оказания ИТ- услуг; аутсорсинг – передача ИТ- функций на исполнение во внешнюю по отношению к субъекта рынка специализированную Сервисную Организацию; смешанная модель (ряд сервисов предоставляется сервисным подразделением субъекта рынка (инсорсинг), другие сервисы предоставляются внешней сервисной организацией (аутсорсинг).</p>	<p>structuring a market entity in terms of IT: insourcing – the use of internal specialized IT departments to provide IT services; outsourcing – the transfer of IT functions to a specialized Service Organization external to the market entity; a mixed model (a number of services are provided by the service division of the market entity (insourcing), other services are provided by an external service organization (outsourcing).</p>
<p><i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i></p>		
<p>Тиісті бағдарламалық жасақтаманы пайдалана отырып, университеттің компьютерлік сыныптарында сабақтар өткізу.</p>	<p>Проведение занятий в компьютерных классах университета, с использованием соответствующего программного обеспечения.</p>	<p>Conducting classes in computer classes of the university, using the appropriate software.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Иванова И.В.</p>	<p>Иванова И.В.</p>	<p>Иванова И.В.</p>

<i>Бұлтты технологияларды пайдалану / Использование облачных технологий / The use of cloud computing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
бұлтты технологиялар саласындағы білім мен дағдыдылықты қалыптастыру.	Формирование знаний и навыков в области облачных технологий.	To form undergraduates ' knowledge in the field of cloud technologies.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білімалушылар - бұлт, бұлтты технологиялар, Cloud Computing бағыттарын біледі; - кәсіби қызмет объектілерін жобалап әдіснамасын таңдайды және бағалайды; - өзінің пәндік саласының негізгі мәселелерін түсінеді және қалыптастырады; -күнделікті қызметте "бұлтты" қолдану мүмкіндігін ұйымдастыру үшін кәсіпорынның инфрақұрылымын жобалайды;	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать облачные технологии и направление Cloud Computing; - оценивать и выбирать методологию проектирования объектов профессиональной деятельности; - формулировать основные проблемы своей предметной области; - проектировать инфраструктуру предприятия, для организации возможности применения "облака" в повседневной деятельности.	After successful completion of the course, students will be -know cloud technologies and the direction of Cloud Computing; -Evaluate and choose the methodology of designing objects of professional activity; -formulate the main problems of their subject area; -To design the infrastructure of the enterprise, to organize the possibility of applying the "cloud" in daily activities.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бұлтты технологиялар және оларды жұмыста пайдалану аспектілері. Бұлтты құжат айналымы. Google Құжаттары.SkyDrive (office.com). Бірлескен қызметке арналған құралдар. Интерактивті онлайн-тақта. Бұлтты деректер қоймасы Dnevnik.ru және Dropbox, Яндекс. Диск. Microsoft, Amazon, Google жетекші вендорларының шешімдерін шолу. Виртуалды сынып ElearningApps.org. оқу курстарын құру. Бұлтта оқыту процесін басқару. Бұлтты сервистердің мәселелері. Бұлтты технологияларды одан әрі дамыту.	Облачные технологии и аспекты их использования в работе. Облачный документооборот. Документы Google.SkyDrive (office.com). Инструменты для совместной деятельности. Интерактивная онлайн-доска. Облачные хранилища данных Dnevnik.ru и DropBox, Яндекс. Диск. Обзор решений ведущих вендоров Microsoft, Amazon, Google. Виртуальный класс ElearningApps.org. Создание учебных курсов. Управление процессом обучения в облаке. Проблемы облачных сервисов. Дальнейшее развитие облачных технологий.	Cloud technologies and aspects of their use in work. Cloud-based document management. Google Docs.SkyDrive (office.com). Tools for joint activities. Interactive online whiteboard. Cloud Data Storage Dnevnik.ru and DropBox, Yandex. The disk. Review of solutions from leading vendors Microsoft, Amazon, Google. Virtual Classroom ElearningApps.org. Creating training courses. Manage the learning process in the cloud. Problems with cloud services. Further development of cloud technologies.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Тиісті бағдарламалық жасақтаманы пайдалана отырып, университеттің компьютерлік	Проведение занятий в компьютерных классах университета, с использованием	Conducting classes in computer classes of the university, using the appropriate software.

сыныптарында сабақтар өткізу.	соответствующего программного обеспечения.	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Иванова И.В.	Иванова И.В.	Иванова И.В.

<i>PR технологиялары/ PR технологии/ PR technologies</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
<p>-коммуникациялық процестерді басқару саласындағы білімді меңгеру;</p> <p>- әлеуметтік ақпаратты іздеу, жинау, өңдеу, талдау және жүйелеу, сондай-ақ ауызша және жазбаша PR текстерді жазу және рәсімдеу дағдыларын игеру;</p> <p>- арнайы іс-шаралар, акциялар өткізу технологияларын меңгеру;</p> <p>- қоғаммен байланыс жүйесіндегі инновациялық қызмет тәжірибесін зерделеу</p>	<p>-овладение знаниями из сферы управления коммуникационными процессами;</p> <p>– приобретение навыков поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации социальной информации, а также написания и оформления устных и письменных PR текстов;</p> <p>– овладение технологиями проведения специальных событий, акций;</p> <p>– изучение опыта инновационной деятельности в системе связей с общественностью</p>	<p>-mastering knowledge from the field of communication process management;</p> <p>– acquisition of skills in searching, collecting, processing, analyzing and systematizing social information, as well as writing and processing oral and written PR texts;</p> <p>– mastering technologies for special events, promotions;</p> <p>– studying the experience of innovation in the public relations system</p>
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <p>-жобаларды әзірлеу және ілгерілету үшін шығармашылық идеяларды табу және мақсатты аудиторияға әсер ету құралдарын пайдалану туралы білім алады.</p> <p>- олар құзыреттерге ие болады: алынған материалды PR мәтіндеріне рәсімдеу үшін деректерді іздеу, сүзу, талдау, өңдеу.</p>	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <p>- получают знания о том, как находить креативные идеи для разработки и продвижения проектов и пользоваться инструментами воздействия на целевые аудитории.</p> <p>- приобретут компетенции: по поиску, фильтрации, анализу, обработке данных для оформления полученного материала в PR-тексты.</p>	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <p>-they will gain knowledge on how to find creative ideas for the development and promotion of projects and use tools to influence target audiences. -They will acquire competencies: in search, filtering, analysis, data processing for processing the received material into PR texts.</p>
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг Ұйымдағы басшылық және көшбасшылық	Практический маркетинг. Руководство и лидерство в организации	Practical marketing. Management and leadership in the organization
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Пән магистранттардың шетелдік тәжірибені ескере отырып, кәсіби және жеке салада тиімді коммуникативті мінез-құлықты қалыптастыруға мүмкіндік беретін PR технологиясы саласындағы жүйелі білімі мен тәжірибесін, компанияның PR	Дисциплина направлена на формирование у магистрантов системных знаний и практики в области PR технологии, концепции пиар-стратегии фирмы, планирование коммуникационных проектов, проведение	The discipline is aimed at developing undergraduates' systemic knowledge and practice in the field of PR technology, the concept of a company's PR strategy, planning communication projects, conducting presentations and business negotiations, allowing them

стратегиясының тұжырымдамасын, коммуникациялық жобаларды жоспарлауды, презентациялар мен іскерлік келіссөздерді жүргізуді дамытуға бағытталған.	презентации и деловых переговоров, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личной сферах с учетом зарубежного опыта.	to build effective communicative behavior in professional and personal spheres, taking into account foreign experience.
<i>Postrekvizitтері / Постреквизиты/ Postrequisites</i>		
Бренд-маркетинг. Шығармашылық жарнама. Коммуникациялық менеджмент	Бренд-маркетинг. Креативная реклама. Коммуникационный менеджмент	Brand marketing. Creative advertising. Communications management
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.	Тобылов К.Т.

<i>Конструктивті қарым-қатынас психологиясы/ Психология конструктивного общения/ Psychology of constructive communication</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
- Конструктивті қарым-қатынастың негізі болып табылатын қарым-қатынас құралдарын меңгеру, тиімді қарым-қатынас құралдарын талдау мәселелері бойынша теориялық және практикалық білім мен дағдыларды қалыптастыру	Формирование теоретических и практических знаний и навыков по вопросам освоения средств коммуникации, анализа средств эффективной коммуникации составляющих основу конструктивного общения	-Formation of theoretical and practical knowledge and skills on the issues of mastering the means of communication, analysis of the means of effective communication, which is the basis of constructive communication
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - коммуникация дағдыларын меңгереді; - коммуникацияның тиімді стратегиясын қолданады; - жанжалды жағдайларды сәтті шешеді.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - владеть навыками коммуникации; - применять эффективные стратегия коммуникации; - успешно решать конфликтные ситуации.	After successful completion of the course, students will be - possess communication skills; - apply effective communication strategy; - successfully resolve conflict situations.
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Конструктивті қарым-қатынас психологиясына кіріспе. Қарым қатынас құрылымы. Қарым-қатынастың коммуникативті жағы. Қарым-қатынастың перцептивті жағы. Қарым-қатынастың интерактивті жағы. Тұлғааралық қатынастар. Қарым-қатынаста практикалық бағдарлану. Есту және тыңдау. Тұлғааралық конфликт және оны шешудің тәсілдері. Қарым-қатынас стильдері.	Введение в психологию конструктивного общения. Структура отношений. Коммуникативная сторона общения. Перцептивная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Межличностные отношения. Практическая ориентация в общении. Слышать и слушать. Межличностный конфликт и способы его разрешения. Стили общения.	Introduction to the psychology of constructive communication. Relationship structure. The communicative side of communication. The perceptual side of communication. The interactive side of communication. Interpersonal relationships. Practical orientation in communication. Hear and listen. Interpersonal conflict and ways to resolve it. Communication styles.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Урдабаева Лазат Ерганысовна	Урдабаева Лазат Ерганысовна	Urdabayeva Lazat Yerganysovna

<i>Риторика. Іскерлік қарым-қатынас / Риторика. Деловое общение / Rhetoric. Business Communication</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Өндірістегі, мемлекеттік және басқа құрылымдардағы маман қызметінде сөйлеу мәдениеті мен іскери қарым-қатынас дағдыларын игеру	Овладение навыками культуры речевого и делового общения в деятельности специалиста на производстве, государственных и иных структурах	Mastering the skills of culture of speech and business communication in the activities of a specialist in manufacturing, government and other agencies
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммерциялық секторда, мемлекеттік құрылымдарда, өндірістік, қоғамның қоғамдық-саяси, мәдени-білім беру салаларында іскерлік риториканың негізгі принциптері мен әдістерін қолданады; - дауласу, талқылау, дәлелдерді тандау, сендіру әдісін игереді; - іскери келіссөздер, презентациялар кезінде аудиториямен, іскери серіктеспен өзара әрекеттесу тәсілдерін табады; - әр түрлі пресс-релиздер дайындайды. 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные принципы и методы деловой риторики в коммерческом секторе, государственных структурах, на производстве, общественно-политической, культурной и образовательной сферах жизни общества; - владеть методикой ведения спора, дискуссии, подбора аргументов, убеждения; - применять способы взаимодействия с аудиторией, с деловым партнером при проведении деловых переговоров, презентаций; - готовить различные виды пресс-релизов. 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> -use the basic principles and methods of business rhetoric in the commercial sector, government agencies, production, socio-political, cultural and educational spheres of society; - to master the methods of argument, discussion, selection of arguments, and persuasion; - apply methods of interaction with the audience, with a business partner during business negotiations, presentations; - prepare various types of press releases.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Басқару психологиясы	Психология управления	Psychology of management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маманның кәсіби іс-әрекетіндегі риторикалық мәдениет. Сөйлеу мәдениеті және оның іскери коммуникациядағы ролі. Сөйлеу этикеті. Сөйлеу коммуникациясының психологиялық аспектілері. Риторикалық құрылғылар. Сөйлеудің ауызша көрінісі. Сендіру дағдысы, іскери әңгіме, дәлел. Дәлелдеу түрлері және дәлелдемелер құрылымы. Ауызша емес қарым-қатынас. Іскери жазбаша сөйлеу.	Риторическая культура в профессиональной деятельности специалиста. Культура речи и ее роль в деловом общении. Речевой этикет. Психологические аспекты речевого общения. Риторические приемы. Словесное выражение речи. Мастерство убеждения, ведения деловой беседы, спора. Виды аргументации и структура доказательств. Невербальные средства общения. Деловая письменная речь.	Rhetorical culture in the professional activity of a specialist. Speech culture and its role in business communication. Speech etiquette. Psychological aspects of speech communication. Rhetorical devices. Verbal expression of speech. Mastery of persuasion, business conversation, argument. Types of argumentation and the structure of evidence. Non-verbal means of communication. Business written speech
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		

Практикалық сабақтарды тренинг негізінде өткізу	Проведение практических занятий в форме тренингов	Conducting practical classes in the form of training sessions
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Профессор Қунгурова О.Г.	Профессор Қунгурова О.Г.	Профессор Қунгурова О.Г.

*Оқу іс-әрекетінің инновациялық формаларының әдістемесі / Методология инновационных форм учебной деятельности /
Methodology of Innovative Forms of Educational Activity*

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

<p>қазіргі білім беруде болып жатқан инновациялық үрдістер саласындағы магистранттардың кәсіби күзіреттілігін қалыптастыру, білім беру іс-әрекетінің инновациялық түрлерін қолдануға дайындығы.</p>	<p>формирование профессиональных компетенций в области инновационных процессов, происходящих в современном образовании, готовности к использованию инновационных форм учебной деятельности.</p>	<p>Purpose: the formation of graduate professional competencies in the field of innovative processes occurring in modern education, readiness to use innovative forms of educational activity.</p>
---	---	--

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - инновациялық оқыту әдіснамасын, білім беру іс-әрекетінің инновациялық формаларының мәні мен психологиялық-педагогикалық негіздерін біледі және түсінеді; - оқу іс-әрекетінің дәстүрлі және инновациялық түрлеріне салыстырмалы талдау жүргізеді; - оқытудың әртүрлі инновациялық формаларының ерекшеліктерін, жаңартылған білім беру мазмұны мен тиімділігі жағдайында оларды қолдану мүмкіндіктерін талдауды біледі; - оқу үрдісін инновациялық оқытудың тұтас жүйесі түрінде жобалауға қабілеті; - оқу іс-әрекетінің инновациялық түрлерін таңдап, ұтымды қолданады; - оқу іс-әрекетінің инновациялық түрлерін қолдана отырып, әр түрлі оқу сабақтарын жобалау және өткізу дағдыларына ие; - сындық бағалау, рефлексия технологиясын қолдана отырып, оқу іс-әрекетінің нәтижелерін қалай бағалау керектігін біледі; - инновациялық оқыту мәселелері бойынша 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать методологию инновационного обучения, сущность и психолого-педагогические основы инновационных форм учебной деятельности; – проводить сравнительный анализ традиционных и инновационных форм учебной деятельности; - анализировать особенности различных инновационных форм обучения, возможности их применения в условиях обновленного содержания образования и эффективность; –демонстрировать умение проектировать образовательный процесс в виде целостной системы инновационного обучения; – отбирать и рационально использовать инновационные форм учебной деятельности; –проектировать и провести разные типы учебных занятий с использованием инновационных форм учебной деятельности; 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> – knows and understands the methodology of innovative learning, the essence and psychological and pedagogical foundations of innovative forms of educational activity; – able to conduct a comparative analysis of traditional and innovative forms of educational activity; – able to analyze the features of various innovative forms of training, the possibilities of their application in the conditions of the updated educational content and effectiveness; – demonstrates the ability to design the educational process in the form of a holistic system of innovative education; – able to select and rationally use innovative forms of educational activity; – owns the skills of designing and conducting various types of training sessions using innovative forms of educational activity; – knows how to evaluate the results of educational activities, using the technology of criteria-based assessment, reflection;
--	---	---

<p>ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізе алады, білім берудегі инновацияның рөлі туралы әлеуметтік құнды білім қалыптастырады, оны ұсына алады, осы мәселе бойынша өз пікірін дұрыс жеткізе алады.</p>	<p>–оценивать результаты учебной деятельности, используя технологию критериального оценивания, рефлексию; –осуществлять исследовательскую деятельность по проблемам инновационного обучения, генерировать общественно ценное знание о роли инноваций в образовании, презентовать его, корректно выражать и аргументированно отстаивать собственное мнение по данному вопросу</p>	<p>– It is capable of carrying out research activities on the problems of innovative learning, generating socially valuable knowledge about the role of innovation in education, presenting it, correctly expressing and arguing for one’s own opinion on this issue.</p>
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
<p>Жоғары мектептің педагогикасы. Басқару психологиясы</p>	<p>Педагогика высшей школы. Психология управления</p>	<p>Pedagogy of higher education. Psychology of management</p>
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Инновациялық оқыту әдістемесі. Білім берудегі инновация негізі ретінде педагогиканың әдіснамалық тәсілдері. Қазіргі білім берудегі дифференциация және интеграция үрдістері. Мұғалімнің жаңашыл мәдениеті. Оқу іс-әрекеті, оның құрылымы, іске қосылу шарттары, тиімділігі мен жетістіктері. Оқу іс-әрекетінің инновациялық формалары. Белсенді оқыту: түсінігі, ерекшеліктері, принциптері, технологиялары. Шешімдерді визуализациялау және құрылымдық логикалық схемалардың құрылымы. Оқытудың ойын формалары. Жоба өндірістік қызметтің аяқталған циклы ретінде. Заманауи білім беру практикасындағы ғылыми зерттеулер. Оқу іс-әрекетінің нәтижелерін бағалаудың заманауи құралдары. Білім берудегі оқу іс-әрекетінің инновациялық формаларын қолданудың тиімділігін талдау.</p>	<p>Методология инновационного обучения. Методологические подходы педагогики как основа инноваций в образовании. Процессы дифференциации и интеграции в современном образовании. Инновационная культура педагога. Учебная деятельность, ее структура, условия активизации, эффективности и успешности. Инновационные формы учебной деятельности. Активное обучение: понятие, особенности, принципы, технологии. Визуализация решений и построение структурно-логических схем. Игровые формы обучения. Проект как завершённый цикл продуктивной деятельности. Исследовательское обучение в современной образовательной практике. Современные средства оценивания результатов учебной деятельности. Анализ эффективности использования инновационных форм учебной деятельности в образовании.</p>	<p>Methodology of innovative learning. Methodological approaches of pedagogy as the basis of innovation in education. The processes of differentiation and integration in modern education. The innovative culture of the teacher. Educational activity, its structure, conditions for activation, effectiveness and success. Innovative forms of educational activity. Active learning: concept, features, principles, technologies. Visualization of solutions and the construction of structural logic circuits. Game forms of training. The project as a completed cycle of productive activity. Research training in modern educational practice. Modern means of assessing the results of educational activities. Analysis of the effectiveness of the use of innovative forms of educational activity in education.</p>
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		

«Қостанай дарыны» Республикалық ғылыми-практикалық орталығы мен Қостанай қаласының НЗМ базасында сабақтарды өткізу, инновациялық типтегі оқу орындарынан тәжірибелі мамандарды шақыру көрсетілген.	Отражается проведение занятий на на базе РНПЦ «Костанай дарыны» и НИШ г. Костаная, приглашение специалистов-практиков из образовательных учреждений инновационного типа.	Conducting classes on the basis of the Republican Scientific and Practical Center "Kostanay daryny" and NIS of Kostanay, inviting practitioners from educational institutions of an innovative type are reflected.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Өтегенова Б.М - п.ғ.к., профессор Абдиркенова А.К. - PhD доктор	Утегенова Б.М. – к.п.н., профессор Абдиркенова А.К. - PhD доктор	Utegenova B. M.- Candidate of pedagogical sciences, Professor Abdirkenova A. K.– Dr. PhD

<i>Білім беруді жекелендіру /Персонализация образования/Personalization of education</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Дербестендірілген білім беру моделін жобалау және енгізу дағдыларын қалыптастыру	Формирование навыков проектирования и реализации персонализированной модели образования	Formation of skills in the design and implementation of a personalized education model
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - білім берудің дербестендірілген моделінің мәнін, оны жүзеге асырудың мақсаттары мен кезеңдерін білу; - білім берудің дербес моделі шеңберінде оқушылармен жұмыс істеудің тиімді әдістері мен тәсілдерін игеру; – дербестендірілген білім беру маңызды мазмұнын жобалау дағдыларын ие; - студенттердің дамуы үшін жеке траекторияларды құра білу; - заманауи коммуникация (оның ішінде цифрлық) дағдыларын иелену; - білім беру процесінің барлық қатысушыларының өзара тиімді әрекетін ұйымдастыра білу.	После успешного завершения курса обучающиеся будут -знать сущность персонализированной модели образования, цели и этапы ее внедрения; -владеть эффективными методами и приемами работы с учащимися в рамках персонализированной модели образования; – владеть навыками проектирования содержательного контента персонализированного образования; - уметь разрабатывать индивидуальные траектории развития учащихся; - владеть навыками современных коммуникаций (в том числе и цифровых); - уметь организовывать эффективное взаимодействие всех участников образовательного процесса.	After successful completion of the course, students will be - know the essence of a personalized model of education, the goals and stages of its implementation; -to master effective methods and techniques of working with students in the framework of a personalized model of education; – possess the skills of designing meaningful content for personalized education; - be able to develop individual trajectories for the development of students; - possess the skills of modern communications (including digital); - be able to organize effective interaction of all participants in the educational process.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Жоғары мектептің педагогикасы. Басқару психологиясы.	Педагогика высшей школы. Психология управления.	Pedagogy of higher education. Psychology of management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Білім берудегі қазіргі тенденциялар: дараландыру, цифрландыру, олардың өзара байланысы. Даралау факторлары: жобалау және зерттеу қызметі, критериялы бағалау, аралас оқыту, жеке кесте. Дараланған білім беру моделі. Дербес оқытудың принциптері. Жеке траектория - бұл оқушының жеке әлеуетін іске асырудың	Современные тренды в образовании: персонализация, цифровизация, их взаимосвязь. Факторы персонализации: проектная и исследовательская деятельность, критериальное оценивание, смешанное обучение, индивидуальное расписание. Персонализированная модель образования.	Modern trends in education: personalization, digitalization, their relationship. Personalization factors: design and research activities, criteria-based assessment, blended learning, individual schedule. Personalized education model. Principles of Personalized Teaching. An individual trajectory is a personal way of realizing a student's personal potential.

жеке тәсілі. Дербестендірілген білім берудегі қарым-қатынас ерекшеліктері.	Принципы персонализированного учения. Индивидуальная траектория — персональный путь реализации личностного потенциала обучающегося. Особенности коммуникации в персонализированном образовании.	Features of communication in personalized education.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Ол инновациялық типтегі білім беру ұйымдарының мұғалімдерін шақыра отырып, Қостанай қаласындағы НЗМ негізінде сабақ өткізуді көздейді.	Предполагает проведение занятий на базе НИИШ г. Костаная, приглашение учителей из образовательных учреждений инновационного типа.	It involves conducting classes on the basis of the NIS in Kostanay, inviting teachers from educational institutions of an innovative type.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Смаглий Т.И. - п.ф.к. Абдиркенова А.К. - PhD доктор	Смаглий Т.И. – к.п.н., Абдиркенова А.К. - PhD доктор	Smagly T.- Candidate of pedagogical sciences Abdirkenova A. K.– Dr. PhD

<i>Trade менеджмент / Trade менеджмент / Trading management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
сауда саласындағы ұйымды басқарудың теориялық және практикалық мәселелері бойынша магистранттарды даярлаудың практикалық және ғылыми-педагогикалық қызметте магистранттарды теориялық даярлауды қолдануға бағытталған қажетті деңгейін қамтамасыз ету	обеспечить необходимый уровень подготовки магистрантов по теоретическим и практическим вопросам управления организацией в сфере торговли, направленных на применение теоретической подготовки магистрантов в практической и научно-педагогической деятельности	provide the necessary level of training for undergraduates on theoretical and practical issues of organization management in the field of trade, aimed at applying the theoretical training of undergraduates in practical and scientific-pedagogical activities
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
<p>Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар</p> <ul style="list-style-type: none"> - білуге тиіс: сауда менеджментінің теориялық негіздері, оқытылатын курстың негізгі санаттары; сауда кәсіпорнын басқарудың ұйымдастырушылық негіздері; тауар жабдықтау, қойма шаруашылығы процестерін, көтерме және бөлшек саудадағы сауда-технологиялық процесті ұйымдастыру және басқару. - істеуі керек: тұтыну нарығындағы жұмыс процесінде туындайтын проблемаларды талдау және шешу; нарықтық жағдайды зерттеу, оның үрдістерін уақтылы түсіндіру және ескеру, тәуекел деңгейін алдын ала бағалап, коммерциялық шешімдер қабылдау; ұйымдардың коммерциялық бөлімшелерінің қызметін жоспарлау және ұйымдастыру; сауда-технологиялық процесті ұйымдастыру; қызметкерлерді ынталандыру жүйесін дұрыс пайдалану; коммерциялық менеджменттің тиімділігін бағалау. - мыналарды: сауда кәсіпорындарының тауарларын сатып алу және сату процестерін жоспарлау және ұйымдастыру дағдыларын; кәсіпорынның сауда қызметінің түрін және 	<p>После успешного завершения курса обучающиеся будут</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать: теоретические основы торгового менеджмента, основные категории изучаемого курса; организационные основы управления торговым предприятием; организация и управление процессами товароснабжения, складского хозяйства, торгово-технологическим процессом в оптовой и розничной торговле. - уметь: анализировать и разрешать проблемы, возникающие в процессе работы на потребительском рынке; исследовать рыночную ситуацию, своевременно интерпретировать и учитывать ее тенденции, принимать коммерческие решения, предварительно оценив уровень риска; планировать и организовывать деятельность коммерческих подразделений организаций; организовать торгово-технологический процесс; правильно использовать систему мотивации персонала; оценивать эффективность коммерческого менеджмента. - владеть: навыками планирования и организации процессов закупки и продаж товаров предприятий торговли; навыками формирования 	<p>After successful completion of the course, students will be</p> <ul style="list-style-type: none"> - know: the theoretical foundations of trade management, the main categories of the course being studied; the organizational foundations of trade enterprise management; the organization and management of the processes of commodity supply, warehouse management, trade and technological process in wholesale and retail trade. - be able to: analyze and solve problems that arise in the process of working in the consumer market; investigate the market situation, interpret and take into account its trends in a timely manner, make commercial decisions, having previously assessed the level of risk; plan and organize the activities of commercial divisions of organizations; organize the trade and technological process; correctly use the personnel motivation system; evaluate the effectiveness of commercial management. - possess: the skills of planning and organizing the processes of purchasing and selling goods of trade enterprises; the skills of forming the product range of the enterprise, taking into account the type of its trading activities and the nature of the commercial operations performed; the skills of rational

<p>орындалатын коммерциялық операциялардың сипатын ескере отырып, тауар ассортиментін қалыптастыру дағдыларын; тауар қозғалысының әртүрлі кезеңдерінде сауда процестерін ұтымды ұйымдастыру дағдыларын; коммерциялық кәсіпорындардың кадрлық, материалдық және қаржылық ресурстарының жай-күйін талдау және бағалауды; шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметін бақылау дағдыларын меңгеруі тиіс.</p> <p>- құзыретті болу: таңдалған мамандық аясында білімді іс жүзінде қолдану бөлігінде коммерциялық қызметті басқару туралы білімді ғана емес, сонымен қатар осы саладағы стратегиялық міндеттерді шеше білу.</p>	<p>товарного ассортимента предприятия с учетом вида его торговой деятельности и характера выполняемых коммерческих операций; навыками рациональной организации торговых процессов на различных этапах товародвижения; анализ и оценки состояния кадровых, материальных и финансовых ресурсов коммерческих предприятий; навыками контроля за деятельностью хозяйствующих субъектов.</p> <p>- быть компетентными: в части практического применения знаний в рамках выбранной специальности, обладать не только знаниями об управлении коммерческой деятельностью, но и уметь решать стратегические задачи в этой области.</p>	<p>organization of trade processes at various stages of commodity movement; analysis and assessment of the state of personnel, material and financial resources of commercial enterprises; the skills of monitoring the activities of economic entities.</p> <p>- be competent: in terms of the practical application of knowledge within the chosen specialty, have not only knowledge about the management of commercial activities, but also be able to solve strategic problems in this area.</p>
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Қазіргі менеджмент, Брэнд - менеджмент	Современный менеджмент, Брэнд - менеджмент	Modern management, Brand Management
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Тұтыну нарығын қалыптастырудағы сауданың рөлі. Сауда менеджментінің теориялық негіздері. Сауда қызметін мемлекеттік реттеу. Сауда кәсіпорнын басқарудың ұйымдастырушылық негіздері. Тауар айналымын басқару. Сауда кәсіпорнының ассортиментін басқару. Тауарларды жеткізу процестерін ұйымдастыру және басқару. Қойма шаруашылығын басқару. Бөлшек сауда желісін басқару</p>	<p>Роль торговли в формировании потребительского рынка. Теоретические основы торгового менеджмента. Государственное регулирование торговой деятельности. Организационные основы управления торговым предприятием. Управление товарооборотом. Управление ассортиментом торгового предприятия. Организация и управление процессами товароснабжения. Управление складским хозяйством. Управление розничной торговой сетью</p>	<p>The role of trade in the formation of the consumer market. Theoretical foundations of trade management. State regulation of trade activities. Organizational bases of trade enterprise management. Commodity turnover management. Managing the assortment of a trading company. Organization and management of commodity supply processes. Warehouse management. Retail Network Management</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor

<i>Trade маркетинг / Trade маркетинг / Trade marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
магистранттарды ел ішінде де, одан тыс жерлерде де қоғамдық қажеттіліктерді зерттеуге, қалыптастыруға және қанағаттандыруға бағытталған тауар-ақша қатынастарының қазіргі заманғы талаптары жағдайында Сауда маркетингінің теориялық және практикалық аспектілерімен таныстыру	ознакомить магистрантов с теоретическими и практическими аспектами торгового маркетинга в условиях современных требований товарно-денежных отношений, нацеленных на исследование, формирование и удовлетворение общественных потребностей как внутри страны, так и за ее пределами	to familiarize undergraduates with the theoretical and practical aspects of trade marketing in the context of modern requirements of commodity-money relations, aimed at the study, formation and satisfaction of public needs both within the country and abroad
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар білу: сауда маркетингінің спецификалық сипатын, саудадағы маркетингтің тиімділігін бағалауды, ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, жеткізушілермен және сатып алушылармен белсенді сауда коммуникацияларын құру саласында алған білімдерін қолдану; істей алу керек: өз білімін материалдық өндіріс пен бөлудің нақты объектілерінде іске асыру, коммерциялық маркетингті басқару, тауарлардың сапасын бағалау; меңгеру: сауда саласында маркетингтік зерттеулер жүргізу, нарықты талдау және компанияның осы нарыққа шығуының орындылығы дағдылары; кұзыретті болу: коммерциялық маркетинг кешенін дамытуда-сауда мәмілелерін жүргізуде	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: специфический характер маркетинга торговли, оценку эффективности маркетинга в торговле, применять полученные знания в области создания активных торговых коммуникаций с поставщиками и покупателями с учетом возможных рисков; уметь: реализовать свои знания на конкретных объектах материального производства и распределения, управлять коммерческим маркетингом, оценивать качество товаров; владеть: навыками проведения маркетинговых исследований в сфере торговли, анализа рынка и целесообразности выхода компании на этот рынок; быть компетентными: в разработке комплекса коммерческого маркетинга - в проведении торговых сделок	After successful completion of the course, students will be -know: the specific nature of trade marketing, evaluate the effectiveness of marketing in trade, apply the knowledge gained in the field of creating active trade communications with suppliers and buyers, taking into account possible risks; be able to: implement their knowledge on specific objects of material production and distribution, manage commercial marketing, evaluate the quality of goods; possess: skills of conducting marketing research in the field of trade, market analysis and the feasibility of entering this market; be competent: in the development of a complex of commercial marketing - in conducting trade transactions
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тәжірибелік маркетинг	Практический маркетинг	Practical marketing
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Коммерциялық қызметтегі маркетинг тұжырымдамасы. Тауар айналымы саласындағы	Концепция маркетинга в коммерческой деятельности. Маркетинг в сфере товарного	The concept of marketing in commercial activity. Marketing in the field of commodity circulation.

Маркетинг. Материалдық өндіріс саласындағы сауда. Фирмаішілік жоспарлау. Аутсорсинг қызметтерінің маркетингі	обращения. Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Маркетинг услуг сферы аутсорсинга.	Commerce of the sphere of material production. Intra-company planning. Marketing of outsourcing services
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ф.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor

<i>Бизнестің бәсекеге қабілеттілігі / Конкурентоспособность бизнеса / Business competitiveness</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
білім алушылардың қазіргі заманғы компаниялардың бәсекеге абілеттілігін қамтамасыз ету үшін қажетті білім, біліктілігін және дағдыларын қалыптастыру	формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, необходимых для обеспечения конкурентоспособности современных компаний	forming at student knowledge, abilities and skills, necessary for providing of competitiveness of modern companies
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - бизнестің бәсекеге қабілеттілігінің негізгі теориялық түсініктерін түсінеді, бәсекелестіктің формалары мен түрлерін жіктеуді; - бәсекелестер туралы ақпарат жинаудың негізгі әдістерін қолдануды, нәтижелерін түсіндіреді; - бизнестің бәсекеге қабілеттілігін талдаудың негізгі әдістерін бағалау, нәтижелерін түсіндіру; - бәсекелестікті жүргізудің негізгі стратегияларын, бәсекелестердің маркетингтік талдауын жүргізу дағдыларын меңгереді.	После успешного завершения курса обучающиеся будут понимать основные теоретические понятия конкурентоспособности бизнеса, классифицирует формы и виды конкуренции. применять основные методики сбора информации о конкурентах, интерпретирует результаты оценивать основные методики анализа конкурентоспособности бизнеса, интерпретирует результаты обладать навыками основных стратегии ведения конкурентной борьбы, демонстрации умения проводить маркетинговый анализ конкурентов	After successful completion of the course, students will be -understand the basic theoretical concepts of business competitiveness, classifies the forms and types of competition -apply the main methods of collecting information about competitors, interprets the results -evaluate the main methods of analyzing the competitiveness of the business, interprets the results - possess the skills of basic competitive strategy, demonstrating the ability to conduct marketing analysis of competitors
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Қазіргі маркетингтік талдау Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары	Современный маркетинговый анализ, Современные технологии маркетинговых исследований	Modern marketing analysis, Modern technologies of marketing research
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бұл пән бәсекелестіктің ұғымы және даму тарихына бағытталған. Бәсекелестік саласындағы құқықтық реттеу. Бәсекелестер туралы ақпарат жинау көздері мен әдістері. Бенчмаркинг ұғымы және оны қолдану ерекшеліктері. Бәсекелестік стратегиялар және оларды іске асырудың абысты тәжірибелері	Данная дисциплина нацелена на понятие и история развития конкуренции Правовое регулирование в сфере конкуренции. Источники и методы сбора информации о конкурентах. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения. Конкурентные стратегии и успешные практики их реализации	This discipline is focuses on the concept and history of competition development Legal regulation in the field of competition. Sources and methods of collecting information about competitors. The concept of benchmarking and its application features. Competitive strategies and successful implementation practices Features of the analysis of competitors in international

<p>Халықаралық бизнестегі бәсекелестерді талдау ерекшеліктері. Бизнесің бәсекеге қабілеттілігін талдау. Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігінің жалпы сипаттамасы. Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілік факторлары</p>	<p>Особенности анализа конкурентов в международном бизнесе. Анализ конкурентоспособности бизнеса Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг</p>	<p>business. Competitive strategies and successful experience in their implementation Features of the analysis of competitors in international business. Business competitiveness analysis General characteristics of the competitiveness of goods and services. Factors of competitiveness of goods and services</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Сейтова Г.Т. – э.ф.к., профессор</p>	<p>Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор</p>	<p>Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor</p>

<i>Бренд маркетингі/ Бренд маркетинг/ Brand marketing</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Брендинг саласындағы негізгі құзыреттілікті дамыту, яғни магистранттарға болашақта бәсекеге қабілетті және қорғалу қабілеттілігі жоғары брендтерді құруға, олардың орналасуы мен имиджін анықтауға, фирмалардың маркетингтік стратегияларын ескере отырып, олардың дамуын басқаруға көмектесетін брендтерді құру және басқару қызметіне кәсіби көзқарас қалыптастыру	Развитие ключевых компетенций в области брендинга, т.е. выработка у магистрантов 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 фирм	Development of key competencies in the field of branding, i.e. development of a professional view of the activities of creating and managing brands, which will help them in the future to develop competitive and protective brands, determine their positioning and image, manage their development, taking into account the marketing strategies of firms
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - білу: қазіргі заманғы нарықтарда әртүрлі компаниялардың жұмыс істеуінің бизнес – моделіндегі брендингтің рөлі, бренд түрлері және компанияның бренд портфеліндегі олардың әртүрлі рөлдері меңгеруі тиіс: бренд-имиджді модельдеу технологияларын позициялау және меңгеру тұжырымдамасын әзірлеу меңгеруі тиіс: көрсетілген білімді зерттеу жұмысында қолдану дағдысы құзыретті болу: жаһандық ортадағы экономикалық агенттер мен нарықтардың мінез-құлқын экономикалық және стратегиялық талдау әдістерін меңгеру	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: роли брендинга в бизнес –модели функционирования различных компаний на современных рынках, типов брендов и их различных ролей в марочном портфеле компании уметь: разрабатывать концепции позиционирования и владения технологиями моделирования брэнд-имиджа владеть: навыками применения указанных знаний в исследовательской работе быть компетентными: владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	After successful completion of the course, students will be - know: the role of branding in the business model of the functioning of various companies in modern markets, the types of brands and their various roles in the brand portfolio of the company be able to: develop the concepts of positioning and ownership of brand image modeling technologies possess: the skills of applying this knowledge in research work be competent: master the methods of economic and strategic analysis of the behavior of economic agents and markets in the global environment
<i>Препреквизиттері / Препреквизиты / Prerequisites</i>		
Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлқы теориясы, PR технологиясы	Теория иррационального поведения потребителей, PR технологии	Theory of irrational consumer behavior, PR technologies
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		

<p>Коммерциялық қызметтегі брендингтің рөлі мен орны. Брендингтің социологиялық және психологиялық аспектілері. Тауар таңбаларын трансформациялау. Күшті брендтер. Компанияның бренд саясатының мазмұны. Брендингтегі стратегиялық шешімдер. Заманауи брендинг технологиялары. Фирманың брендингін басқару</p>	<p>Роль и место брендинга в коммерческой деятельности. Социологические и психологические аспекты брендинга. Трансформация товарных знаков. Сильные бренды. Содержание брендовой политики фирмы. Стратегические решения в брендинге. Современные технологии брендинга. Управление брендингом фирмы</p>	<p>The role and place of branding in commercial activities. Sociological and psychological aspects of branding. Transformation of trademarks. Strong brands. The content of the company's brand policy. Strategic decisions in branding. Modern branding technologies. Company branding management</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Жилкайдарова А.А.</p>	<p>Zhilkaidarova A. A.</p>

<i>Туристік өнімді жылжыту / Продвижение туристского продукта / Promotion of a tourist product</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Білім алушыларда өз кәсіби қызметі саласында заманауи тұжырымдамалар мен технологияларды тәжірибеде сәтті қолдану үшін қажетті тuroператор саласындағы білім мен дағдыларды қалыптастыру.	Формирование у обучающихся знаний и умений в области тuroперейтинга, необходимых для успешного применения современных концепций и технологий в сфере своей профессиональной деятельности на практике.	Formation of students ' knowledge and skills in the field of tour management, necessary for the successful application of modern concepts and technologies in the field of their professional activities in practice.
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - тuroператорлық қызметті ұйымдастырудың негізгі принциптерін білетін болады; - туристік индустрия кәсіпорындарының қызметін ұйымдастыру бойынша шығындарды бағалайды; - Тuroперейтинг саласындағы ақпаратты аудиторияның ерекшелігін ескере отырып, хабарламалардың әртүрлі нысандарында қолданады; - туристік қызмет көрсету бағдарламаларын құрастыру, туристік құжаттамамен жұмыс істеу кезінде өз бетінше жұмыс істеу дағдысының болуы.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать основополагающие принципы организации тuroператорской деятельности; - оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии; - применять информацию в области тuroперейтинга в различных формах сообщений с учетом специфики аудитории; - обладать навыками самостоятельной работы, при составлении программ туристского обслуживания, работы с туристской документацией.	After successful completion of the course, students will be - know the basic principles of the organization of tour operator activities; - estimate the costs of organizing the activities of the tourism industry enterprise; - apply information in the field of tour management in various forms of messages, taking into account the specifics of the audience; - have the skills of independent work, when drawing up tourist service programs, working with tourist documentation.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Қонақүй бизнесі. Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлық теориясы	Гостиничный бизнес. Теория иррационального поведения потребителей	Hotel business. Theory of irrational consumer behavior
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Тuroператорлар мен турагенттер тuroператордың субъектілері ретінде. Тuroператорлардың түрлері мен функциялары. Туристік өнімнің негізгі сипаттамалары мен құрылымы. Туристік пакет. Оны құруға әсер ететін факторлар. Туристік дестинацияны таңдау үшін туристік ресурстарды	Тuroператоры и турагенты как субъекты тuroперейтинга. Типы и функции тuroператоров. Основные характеристики и структура тuroпродукта. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание. Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора	Tour operators and travel agents as subjects of tour management. Types and functions of tour operators. The main characteristics and structure of the tourist product. Tourist package. Factors that influence its creation. Study and analysis of tourist resources for choosing a tourist destination. Tourist planning.

<p>зерттеу және талдау. Туристік жоспарлау. Туроперейтингтегі маркетингтік зерттеулер. Туристік өнімді әзірлеу технологиясы. Бағдарламалық туризм: мәні, мақсаттары мен міндеттері. Туристік пакеттің бағасы. Туристік қызметтер сапасының мәні мен маңызы. Туристік өнімді тарату жүйелері. Туроператор мен серіктестік ұйымдар арасындағы шарттық қатынастардың түрлері мен нысандары. Туроператорлық қызметте сақтандыруды ұйымдастыру. Туроператорда ақпараттық технологияларды пайдалану. Туристік қызметтер сапасының мәні мен маңызы.</p>	<p>туристской дестинации. Туристское планирование. Маркетинговые исследования в туроперейтинге. Технология разработки турпродукта. Программный туризм: сущность, цели и задачи. Цена туристского пакета. Сущность и значение качества туристских услуг. Системы распространения турпродукта. Виды и формы договорных отношений между туроператором и партнерскими организациями. Организация страхования в туроператорской деятельности. Использование информационных технологий в туроператорской. Сущность и значение качества туристских услуг.</p>	<p>Marketing research in tour management. Technology for the development of tourist products. Program tourism: the essence, goals and objectives. The price of a tourist package. The essence and significance of the quality of tourist services. Tourist product distribution systems. Types and forms of contractual relations between the tour operator and partner organizations. Organization of insurance in tour operator activities. The use of information technologies in the tour operator. The essence and significance of the quality of tourist services.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i></p>		
<p>Утебаева Ж.А.</p>	<p>Калкабаева А.Е.</p>	<p>Тобылов К.Т.</p>

<i>Шығармашылық жарнама / Креативная реклама / Creative advertising</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
Студенттердің бойында әр түрлі деңгейдегі және бағыттағы маркетингтік міндеттерді шешудің креативті техникаларының теориялық және практикалық негіздерін қалыптастыру	Формирование у студентов теоретических и практических основ креативных техник решения маркетинговых задач разного уровня сложности и направленности.	Formation of students ' theoretical and practical foundations of creative techniques for solving marketing problems of different levels of complexity and orientation
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар қазіргі сәтте креативтегі негізгі үрдістерді; креативтік іздеудің әдіснамасы мен негізгі тәсілдерін; креативтік шешімдерді іріктеудің ерекшеліктерін біледі; - сұраныс бойынша креативті шешімдерді түсіну; креативті іздеу процесін ұйымдастыру; креативті шешімді таныстырады; - меңгеру: маркетингте креативті шешім табу үшін базалық теориялық білім және практикалық дағдылар.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать основные тенденции в креативе на данных момент; методологию и основные приемы креативного поиска; особенности отбора креативных решений; - понимать креативные решения по запросу; организовывать процесс креативного поиска; презентовать креативное решение; - владеть: базовыми теоретическими знаниями и практическими навыками для поиска креативного решения в маркетинг	After successful completion of the course, students will be - know the main trends in creativity at the moment; the methodology and basic techniques of creative search; features of the selection of creative solutions; - understand creative solutions on request; organize the process of creative search; present a creative solution; - possess: basic theoretical knowledge and practical skills to find a creative solution in marketing
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Тұтынушылардың иррационалды мінез-құлық теориясы, PR технологиясы	Теория иррационального поведения потребителей, PR технологии	Theory of irrational consumer behavior, PR technologies
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Маркетинг міндеттерінің құралы ретінде шығармашылық. Шығармашылықтың негізгі әдістері мен әдістері. Маркетинг немесе бизнес стратегиясындағы шығармашылық. Нейминг пен мәтіндердегі шығармашылық. Дизайндағы шығармашылық. Ішкі коммуникациядағы шығармашылық. Digital-шығармашылық. Жарнамалық кампаниядағы шығармашылық.	Креатив как инструмент маркетинговых задач. Основные техники и приемы креатива. Креатив в маркетинговой или бизнес-стратегии. Креатив в нейминге и текстах. Креатив в дизайне. Креатив во внутренней коммуникации. Digital-креатив. Креатив в рекламной кампании.	Creative as a tool for marketing tasks. Basic techniques and techniques of creativity. Creative in a marketing or business strategy. Creative in naming and texts. Creativity in design. Creativity in internal communication. Digital-creative. Creative in an advertising campaign.
<i>Пәннің ерекшеліктері / Особенности дисциплины/ Course features</i>		
Білім алушылар маркетингтегі өзекті креативті	Обучающиеся знакомятся с актуальными	Students get acquainted with the current creative

шешімдермен танысады, креативті шешімдер іздеу және креативті шешімдер іздеу нәтижелерін ұсыну дағдыларын меңгереді.	креативными решениями в маркетинге, приобретают навыки поиска креативных решений и представления результатов поиска креативных решений.	solutions in marketing, acquire the skills to search for creative solutions and present the results of the search for creative solutions.
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Утебаева Ж.А.	Калкабаева А.Е.	Тобылов К.Т.

<i>Қазіргі жарнамалық бизнес / Современный рекламный бизнес / Modern advertising business</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
бәсекелестік және қазіргі кезеңдегі жарнама нарығының күрделенуі жағдайында жарнама компаниясын басқарудағы шығармашылық, креативтік ойлауды қалыптастыру	формирование креативного мышления по управлению рекламным предприятием в условиях роста конкуренции и усложнения рекламного рынка на современном этапе.	the formation of creative thinking in managing an advertising company in the face of growing competition and the complication of the advertising market at the present stage
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - жарнама компаниясының тиімділігін арттыру және жарнама нарығында стратегиялық мақсаттарға жету үшін заманауи басқару технологияларын білетін және түсінетін болады; - клиенттерді тарту және сақтау технологияларын қолданады; - жарнамалық компанияның стратегиялық мақсаттарға жету перспективаларын бағалайды; - жарнамалық кәсіпорында коммерциялық жетістікке жету үшін жанама іскерлік ойлау дағдыларына ие болады.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия и достижению стратегических целей на рекламном рынке; - применить технологии привлечения и удержания заказчиков; - оценивать перспективу деятельности рекламного предприятия по достижению стратегических целей; - обладать навыками латерального бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха рекламного предприятия.	After successful completion of the course, students will be - - know and understand modern management technologies to improve the efficiency of the advertising company and achieve strategic goals in the advertising market; - apply technologies for attracting and retaining customers; - assess the prospects for the activities of an advertising company to achieve strategic goals; - have the skills of lateral business thinking to achieve the commercial success of an advertising venture.
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
Қазіргі маркетингтік талдау, Маркетингтік стратегиялар	Современный маркетинговый анализ, Маркетинговые стратегии	Modern marketing analysis, Marketing strategies
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Бұл пән қазіргі заманғы нарық жағдайында жарнама компаниясын ұйымдастырудың және басқарудың әртүрлі аспектілері, жарнама компаниясының коммерциялық қызметін жоспарлау, жарнамалық қызметтерді жүзеге асыру бойынша құзыреттілік білімін дамытуға бағытталған. Жарнамалық компаниядағы сапа	Данная дисциплина нацелена на развитие компетенции знаниеразличных аспектов организации и управления рекламным предприятием в современных рыночных условиях, планирования коммерческой деятельности рекламного предприятия, реализации рекламных услуг.	This discipline is focuses on the developing competence knowledge of various aspects of organizing and managing an advertising company in modern market conditions, planning the commercial activities of an advertising company, and implementing advertising services Documenting work with a client in the framework of

<p>менеджменті шеңберінде клиентпен құжаттарды рәсімдеу. Жарнамалық компанияны басқарудағы маркетингтік тұжырымдамалар. Жарнама компаниясының қызметін жоспарлау. Жарнама компаниясының қызметін талдау.</p>	<p>Документирование работы с клиентом в рамках управления качеством на рекламном предприятии. Концепции маркетинга в управлении рекламным предприятием. Планирование деятельности рекламного предприятия. Анализ деятельности рекламного предприятия.</p>	<p>quality management in an advertising company. Marketing concepts in the management of an advertising company. Planning the activities of an advertising company. Analysis of the activities of the advertising company.</p>
<p><i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы / Programme manager</i></p>		
<p>Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор</p>	<p>Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор</p>	<p>Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor</p>

Халықаралық маркетинг/ Международный маркетинг/ International marketing

Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose

Магистранттарда халықаралық маркетингтің ішкі менеджмент тұжырымдамасы және ұйымның, ең алдымен, шетелдіктердің ажырамас жүйесі ретіндегі нақты түсініктерін қалыптастыру кәсіпорынның тауарлар мен қызметтердің экспорты мен импортын, сондай-ақ сыртқы нарықтардағы өндірістік қызметін ұйымдастыру мәселелерін шешуге бағытталған сыртқы экономикалық және кәсіпкерлік қызмет; олардың халықаралық фирмалар мен шетелдік қызметпен айналысатын ұйымдардағы келесі жұмысында сәтті қолдана алатындай практикалық құзыреттер мен дағдыларды меңгеру.	формирование у обучающихся четкого представления о международном маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации, прежде всего зарубежной внешнеэкономической и предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации экспорта и импорта товаров и услуг, а также производственной деятельности на внешних рынках, приобретению ими практических компетенций и навыков для того, чтобы они смогли успешно применять их в своей последующей работе в международных фирмах и организациях, занимающихся зарубежной деятельностью.	formation in students of a clear idea of international marketing as a concept of in-house management and an integral system of organization, primarily foreign foreign economic and entrepreneurial activities aimed at solving the problems of the company in organizing the export and import of goods and services, as well as production activities in foreign markets, their acquisition of practical competencies and skills so that they can successfully apply them in their subsequent work in international firms and organizations engaged in foreign activities
---	---	---

Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes

Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар -шетел мемлекеттерінің маркетингтік ортасының мәдени және басқа да ерекшеліктерінің маңыздылығын түсіну және оларды тиісті маркетингтік қызметті әзірлеу кезінде, халықаралық экономикалық қызметтің тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында сыртқы сауда келіссөздерін жүргізу кезінде есепке ала білетін болады; - сыртқы экономикалық және халықаралық экономикалық қызметті ұйымдастырудағы негізгі қиындықтарды анықтау, оларды жеңе біледі; - тауардың және фирманың сыртқы нарыққа енуі мен дамуындағы бәсекелестік жағдайын	После успешного завершения курса обучающиеся будут - понимать важность культурных и других особенностей маркетинговой среды зарубежных стран и уметь учитывать их при разработке соответствующих маркетинговых мероприятий, при проведении внешнеторговых переговоров в целях обеспечения эффективности международной экономической деятельности; - выявлять основные трудности при организации внешнеэкономической и международной экономической деятельности, уметь их преодолевать; - уметь разрабатывать стратегические и	After successful completion of the course, students will be - understand the importance of cultural and other features of the marketing environment of foreign countries and be able to take them into account when developing appropriate marketing activities, when conducting foreign trade negotiations in order to ensure the effectiveness of international economic activity; - to identify the main difficulties in the organization of foreign economic and international economic activity, to be able to overcome them; - to be able to develop strategic and tactical measures to improve the competitive position of the product and the firm in the penetration and development of foreign markets;
---	---	---

<p>жақсарту үшін стратегиялық және тактикалық шараларды әзірлей біледі;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Қазақстан Республикасының сыртқы экономикалық байланыстарын мемлекеттік реттеу және дамытуға жәрдемдесу жүйесін, оның құқықтық негіздерінің ерекшеліктерін, кеден жүйесін, валюталық бақылауды және т.б. түсіндіру; - халықаралық маркетингтік жоспарлар мен халықаралық жарнамалық науқандардың жоспарларын жасайды және орындайды; - халықаралық маркетингте тауарлық, бағалық, маркетингтік және коммуникациялық технологиялардың әртүрлі түрлерін талдау және оларды халықаралық тәжірибеде барынша оңтайлы әсермен қолдана білетін болады. 	<p>тактические меры повышения конкурентной позиции товара и фирмы при проникновении и освоении рынков зарубежных стран;</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснять систему государственного регулирования и содействия развитию внешнеэкономических связей РК, особенности её правовой базы, таможенной системы, валютного контроля и др, - составлять и исполнять международные маркетинговые планы и планы проведения международных рекламных кампаний, - анализировать разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий в международном маркетинге и уметь применять их в международной практике с максимально оптимальным эффектом. 	<ul style="list-style-type: none"> -explain the system of state regulation and promotion of the development of foreign economic relations of the Republic of Kazakhstan, the features of its legal framework, customs system, currency control, etc., - draw up and execute international marketing plans and plans for international advertising campaigns, - analyze various types of commodity, pricing, marketing and communication technologies in international marketing and be able to apply them in international practice with the most optimal effect
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
<p>Маркетингтік зерттеулердің заманауи технологиялары Digital маркетинг</p>	<p>Современные технологии маркетинговых исследований, Digital маркетинг</p>	<p>Modern technologies of marketing research, Digital Marketing</p>
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
<p>Пән «халықаралық маркетинг» ұғымдарының мазмұнын, оның ерекшеліктерін, сонымен қатар маркетингтік тәсілдің ерекшеліктерін ашады. кәсіпорынның немесе ұйымның халықаралық деңгейдегі басқару қызметі, әлемдік нарықтағы компанияның бәсекелестік жағдайына әсер етудің заманауи маркетингтік механизмінің теориясы мен тәжірибесі</p> <p>Халықаралық маркетинг сыртқы нарықтық ортаны, әлемдік нарықтардың ерекшеліктерін және шетелдік тұтынушылардың қажеттіліктерін бейімдеу арқылы қанағаттандыру мақсатында</p>	<p>Дисциплина раскрывает содержание понятий “международный маркетинг”, его особенности, а также специфику маркетингового подхода в управленческой деятельности фирмы или организации на международном уровне, теорию и практику современного маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции фирмы на мировых рынках. Международный маркетинг рассматривается как вид маркетинговой концепции управления, направленной на</p>	<p>The discipline reveals the content of the concepts of "international marketing", its features, as well as the specifics of the marketing approach in management activities of a firm or organization at the international level, the theory and practice of a modern marketing mechanism for influencing the competitive position of a firm in world markets. International marketing is considered as a type of marketing management concept aimed at studying the foreign market environment, the characteristics of world markets and the needs of foreign consumers in order to satisfy them through adaptation.</p>

<p>зерттеуге бағытталған маркетингі басқару тұжырымдамасының бір түрі ретінде қарастырылады.</p> <p>олар үшін өндірілген тауарлар мен қызметтер, сондай-ақ оларды сәйкес жобалау мақсатында халықаралық маркетингтік стратегиялық бағдарламалар негізінде әзірленген кәсіпорынның даму бағыты.</p> <p>Бұл пәнде шетелдік әдістемеге үлкен орын берілген</p> <p>маркетингтік зерттеулер және өнім мен баға саясатын, саясатын оңтайландыру өткізу желісін қалыптастыру, жарнама және өткізуді ынталандыру құралдарын әзірлеу сыртқы нарықтар, сондай-ақ жекелеген елдердің, атап айтқанда АҚШ, Германия және Жапония, Қытай маркетингінің ерекшеліктері.</p>	<p>изучение зарубежной рыночной среды, особенностей мировых рынков и запросов иностранных потребителей с целью их удовлетворения путем адаптации к ним производимых товаров и услуг, а также с целью их конструирования согласно разрабатываемым на основе международных маркетинговых программ стратегическим направлениям развития фирмы.</p> <p>Большое место в данной дисциплине отводится методологии зарубежных маркетинговых исследований и оптимизации товарной и ценовой политики, политики формирования сбытовой сети, развития рекламы и средств стимулирования сбыта на внешних рынках, а также особенностям маркетинга отдельных стран, в частности США, Германии и Японии, Китая.</p>	<p>goods and services produced to them, as well as for the purpose of designing them in accordance with developed on the basis of international marketing programs strategic direction of the company's development</p> <p>A large place in this discipline is given to the methodology of foreign marketing research and optimization of product and pricing policy, policy formation of a sales network, development of advertising and sales promotion tools for foreign markets, as well as the peculiarities of marketing of individual countries, in particular the USA, Germany and Japan, China.</p>
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor

<i>Коммуникациялық менеджмент / Коммуникационный менеджмент/ Communications management</i>		
<i>Оқу мақсаты / Учебная цель/ Purpose</i>		
магистранттарды жоспарлау, басқару және бақылау бойынша шешім қабылдау кезінде менеджерге қажетті коммуникациялық менеджменттің теориялық және практикалық аспектілерімен таныстыру	ознакомить магистрантов с теоретическими и практическими аспектами коммуникационного менеджмента необходимыми менеджеру при принятии решений по планированию, управлению и контролю	to familiarize undergraduates with the theoretical and practical aspects of communication management necessary for a manager when making decisions on planning, management and control
<i>Оқыту нәтижесі / Результаты обучения / Learning outcomes</i>		
Курсты сәтті аяқтағаннан кейін білім алушылар - білу: ұйымдағы тиімді коммуникациялық процесті ұйымдастыру принциптері; қоғаммен байланыс процесінің мәні мен технологиясы; коммуникациялық менеджменттің негізгі функциялары. менгеруі керек: ұйымдағы коммуникация процесін ұйымдастыру және басқару. менгеруі тиіс: қызметтің түрлі салаларында тиімді коммуникацияларды жүзеге асыру дағдылары. құзыретті болу: корпоративтік коммуникацияларды басқаруды ұйымдастыруда.	После успешного завершения курса обучающиеся будут - знать: принципы организации эффективного коммуникационного процесса в организации; сущность и технологию процесса связей с общественностью; основные функции коммуникационного менеджмента. уметь: организовать и управлять процессом коммуникаций в организации. владеть: навыками осуществления эффективных коммуникаций в различных сферах деятельности. быть компетентными: в организации управления корпоративными коммуникациями	After successful completion of the course, students will be - know: the principles of organizing an effective communication process in the organization; the essence and technology of the public relations process; the main functions of communication management. be able to: organize and manage the communication process in the organization. possess: the skills of effective communication in various fields of activity. be competent: in the organization of corporate communications management
<i>Пререквизиттері / Пререквизиты / Prerequisites</i>		
PR технологиясы	PR технологии	PR technologies
<i>Курстың қысқаша мазмұны / Краткое содержание курса/ Course summary</i>		
Курс магистранттарды жоспарлау, басқару және бақылау бойынша шешім қабылдау кезінде менеджерге қажетті коммуникациялық менеджменттің теориялық және практикалық аспектілерімен таныстырады. Пән ұйымдағы тиімді коммуникациялық процесті ұйымдастыру принциптерін; қоғаммен байланыс процесінің мәні мен технологиясын; коммуникациялық	Курс знакомит магистрантов с теоретическими и практическими аспектами коммуникационного менеджмента необходимыми менеджеру при принятии решений по планированию, управлению и контролю. Дисциплина позволяет изучить принципы организации эффективного коммуникационного процесса в организации;	The course introduces undergraduates to the theoretical and practical aspects of communication management necessary for a manager when making decisions on planning, management and control. The discipline allows you to study the principles of organizing an effective communication process in an organization; the essence and technology of the public relations process; the main functions of the communication manager.

менеджменттің негізгі функцияларын зерттеуге мүмкіндік береді.	сущность и технологию процесса связей с общественностью; основные функции коммуникационного менеджмента.	
<i>Бағдарлама жетекшісі / Руководитель программы/ Programme manager</i>		
Сейтова Г.Т. – э.ғ.к., профессор	Сейтова Г.Т. – к.э.н., профессор	Seitova G. T candidate of Economic Sciences, Professor