



EDUCATIONAL PROGRAM

Registration number: 6B04100701

Almaty, 2024 g.

1. Information about the review, approval and approval of the program, developers and experts	3
2. Regulatory references	4
3. Passport of the educational program	5
4. Competence model of the graduate	6
5. Matrix of correlation of learning outcomes in the educational program with academic disciplines / modules	9
6. Structure of the bachelor	11
7. Working curriculum for the entire period of study	12
8. Catalog of university component disciplines	14
9. Catalog of elective component	18
10. Expert opinions	22
11. Reviewer	25
12. Recommendation letters	28
13. Minutes of review and approval	29
14. Approval sheet	37
15. Change Registration Sheet	38

1. INFORMATION ABOUT THE REVIEW, APPROVAL AND APPROVAL OF THE PROGRAM, DEVELOPERS, EXPERTS AND REVIEWERS

1 DEVELOPED:

Assistant Professor, Ph. D. in Economics


(signature)

Sugurova A. Zh

Assistant Professor, Ph. D. in Economics


(signature)

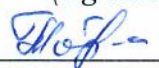
Akhmetzhanova A. Kh

Assistant teacher


(signature)

Igenbaeva Sh.A.

1rd year student, gr.MiBA-24-1


(signature)

Tyktasin M.B.

2 EXPERTS:

General Director of the Association of
Scientific Research and Design
Organizations (ANIP)"


(signature)

Bekmagambetova G. M.

Director of "Aitmahambet " LLP


(signature)

Makashev Zh. A.

Director of "International Connections
Company "LLP


(signature)

Karagainova K. A.

3 REVIEWER:

Deputy.Directors TOO «of Eurosib LLP»


(signature)

Li O.K.

Chief Specialist of the Estimates and POS
Department of the Research Institute of TK
LLC


(signature)

Berdimyrat S.Zh.

Passenger car conductor of the Express
branch of Passenger Transportation JSC"


(signature)

Bimbetova D.

4 REVIEWED AND RECOMMENDED:

*Meeting of the Joint Stock Company
"Logistics and Transport Management"
Protocol No. 6a, " 27 " 02_2024.*


(signature)

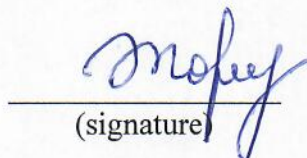
Kenzhebaeva G.Zh

*. Meeting of the COC-UMB of the Institute
"Logistics and Management"
Protocol No. 7, February 26, 2024*


(signature)

Musaeva G.S.

*UMS meeting
Protocol No. 4a, " 24 " April 2024*


(signature)

Zharmagambetova M.S.

5 APPROVED by the Academic Council Decision No. 8 of April 25, 2024

6 UPDATED 06.04.2024.04.2024

2. REGULATORY REFERENCES

The educational program is developed on the basis of the following legal acts and professional standards:

1. Law of the Republic of Kazakhstan "On Education" dated July 27, 2007 No. 319-III (with amendments and additions as of March 27, 2023).

2. National Qualifications Framework approved by the protocol of March 16, 2016 of the Republican Tripartite Commission on Social Partnership and Regulation of Social and Labor Relations.

3. Industry framework of qualifications in the field of "Education", approved by the Minutes of the Meeting of the Industry Commission of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan on social partnership and regulation of social and labor relations in the field of education and Science No. 3 dated November 27, 2019.

4. State Mandatory Standard of Higher Education (Order No. 66 of the Minister of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan dated February 20, 2023).

5. Qualification directory of positions of managers, specialists and other employees, approved by Order No. 309 of the Minister of Labor and Social Protection of the Population of the Republic of Kazakhstan dated August 12, 2022.

6. Rules of organization of the educational process on credit technology of training in organizations of higher and (or) postgraduate education, approved by the Order of the Minister of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan No. 152 dated 20.04.2011. (with additions and amendments dated April 04, 2023 No. 145).

7. Classifier of training areas for personnel with higher and postgraduate education, approved by Order No. 569 of the Minister of Education and Science of the Republic of Kazakhstan dated October 13, 2018 (with amendments and additions as of June 05, 2020).

8. Algorithm for inclusion and exclusion of educational programs in the Register of Educational programs of Higher and Postgraduate Education, approved by Order No. 665 of the Minister of Education and Science of the Republic of Kazakhstan dated December 4, 2018 (with additions and amendments as of December 23, 2020 No. 536).

9. RI-ALT-33 "Regulations on the procedure for developing an educational program for higher and postgraduate education".

10. Professional standard: "Activities in the field of planning and analysis of firm resources", National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan "Atameken", approved by Order No. 263 dated 26.12.2019

3. PASSPORT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM

№	Field name	Description
1.	Registration number	6B04100701
2.	Code and classification of the field of education	6B04-Business, management and law
3.	Code and classification of training	areas 6B041 - Business and Management
4.	Code and group of educational programs	B047-Marketing and advertising
5.	Name of the educational program	6B04125 Marketing and business analytics
6.	Type of OP	New
7.	Goal of the OP	Training of a specialist with practical organizational skills and conduct marketing analysis of the market, determine the main trends of the market that is capable of self-development and is in demand in the labor market
8.	ISCED level	6
9.	NRC level	6
10.	ORC level	6
11.	Distinctive features of the OP	No
12.	Partner University (SOP)	-
13.	Partner University(DDOP)	-
14.	Form of study	Full
15.	-time Language of study	Kazakh, Russian
16.	Amount of credits	241
17.	Academic degree awarded	Bachelor of Business and Management pabout the educational program "6B04125 Marketing and Business Analytics"
18.	Availability of the appendix to the training license	no. KZ12LAA00025205 until 29.06.2028
19.	Availability of OP accreditation	-
20.	Name of the accreditation body	-
21.	Validity period of accreditation	-

4.COMPETENCE MOMODEL OF THE GRADUATE

Objectives of the educational program:

1. Formation of a person capable of self-improvement and professional growth with diverse humanitarian and natural-scientific knowledge and interests.
2. Formation of the ability to critically rethink the accumulated experience, improve the profile of their professional activities, awareness of the social significance of their future profession, and high motivation to perform professional activities.
3. Obtaining the knowledge and practical experience necessary to start a professional career.
4. Achievement of planned learning outcomes by graduates, formation and development of students' personality, ensuring that the educational program meets the requirements of the State Educational Standard of the Republic of Kazakhstan.
5. Acquire skills in data collection and analysis, demand forecasting, optimization of marketing strategies, audience segmentation and personalization, and data-driven decision-making.
6. ВыработDevelopment умения the ability to extract and use relevant information from various sources, analyze it to predict future trends in the industry, and develop strategies to adapt to changes in the market environment.
7. Training in big data research methods, using analysis methods to identify weaknesses in the company's operations and identify ways to improve them.

Learning outcomes:

- PO1 - Apply in the professional sphere legislation in the field of labor relations, marketing, sales activities, etc.
- PO2 - Use analytical tools to compile reports and develop a marketing strategy for the company's development.
- PO3 – Use artificial intelligence, the ability to work with databases, to analyze indicators, search for patterns, identify risks and form conclusions.
- PO4 – Create a visualization of the data showcase to simplify the perception of information.
- PO5 - Organize advertising and analytical services of the digital environment to promote products, brands or brands.
- PO6-Analyze the competitive environment to determine competitive advantages, forecast changes in product prices, and consumer behavior.
- RO7 - Implement new products from an idea to successful sales using targeted advertising on various Internet platforms.
- RO8 – Conduct market research based on the development of terms of reference for implementing a marketing strategy, advertising campaigns, sales management, etc.
- RO9- Optimize the budget to save money on advertising without reducing its effectiveness based on the skills of building mathematical models.
- PO10 – Make out documentation for generating reports and explanatory notes using software.
- PO11 – Create a detailed overview of the market (s) by specified categories, taking into account the volume estimate.

Field of professional activity: economic, marketing, production and economic and analytical services of organizations of various branches of the national economy, spheres and forms of ownership.

Objects of professional activity: enterprises of branches of the national economy of various organizational and legal forms, their structural, production and functional divisions, design organizations, research institutions, consulting companies, commercial organizations, etc.

Types of professional activity:

- organizational and managerial;
- analytical information.

- sales information.
- consulting company.
- business;
- scientific research.

Functions of professional activity:

- 1) осуществлять monitor the competitors' market, проводить marketing research, study prospective markets and sales, составлять итоговую отчетность form final reports, and directly participate in the formation of the company's marketing policy;
- 2) organization of marketing research and analysis of the results obtained;
- 3) calculation of forecast values of key indicators that determine the company's marketing activities;
- 4) development of a plan of marketing activities aimed at achieving key strategic target indicators and improving existing ones; формирование плана маркетинговых мероприятий, направленных на достижение ключевых стратегических целевых индикаторов и улучшение существующих;
- 5) lead the development of a marketing research plan, coordinate its implementation, and analyze the results obtained.

List of specialist positions:

Marketing analyst, marketing specialist, business consultant, brand manager, planning economist, sales economist, advertising manager, production and economic department manager, contract management, Sales, logistics, Planning and sales department, business analysis specialist.

Professional certificates obtained at the end of training: 1sbuchhalter.

Requirements for the previous level of education: general secondary, professional, post-secondary, higher education (bachelor's degree).

In the course of training, students undergo various types of professional practice:

- training program.
- production area.
- production (pre-graduate).

Educational practice.

The purpose of the internship is to acquire primary professional competencies, including consolidation and deepening of theoretical knowledge, mastering the skills of working with primary documents, familiarizing with the organizational structure of the organization, including in production conditions, preparing students for a deeper study of special disciplines in the field of marketing.

Production practice (1).

During the production internship, students receive certain practical knowledge, skills and abilities in the field of marketing and business analytics.

The main objectives of industrial practice are: to consolidate theoretical knowledge and develop practical skills in the previously studied disciplines of the basic and profile cycles. Industrial practice for students is an integral part of the preparation of the bachelor's составляющая degree level and a component of the educational process, which allows you to navigate the labor market and find yourself in your future profession.

Pre-graduate / industrial practice (2).

The content of pre-graduate / industrial practice is determined by the topic of the final qualification work. During the period of pre-graduate/industrial practice, the student collects factual material about the production (professional) activities of the enterprise (organization) and uses it when performing qualification work.

The purpose of pre-graduate/industrial practice for bachelors is to ensure the relationship between the theoretical knowledge obtained during the assimilation of the chosen educational program and practical activities. The objectives of the pre-graduate / industrial practice are to consolidate and deepen the theoretical knowledge acquired by students in the course of training,

collect information for writing the final qualification work, study best practices at the enterprise, as well as acquire independent work experience.

The final certification allows to identify and evaluate the theoretical preparation of students to solve professional problems, readiness for the main types of professional activities of graduates in the educational program "Marketing and Business Analytics".

The comprehensive exam includes key and practically significant questions in the disciplines of the basic and profile cycles. Final qualification work – a thesis (project) - is aimed at systematization, consolidation and expansion of theoretical knowledge and practical skills in the chosen field and their application in solving specific scientific, technical, economic and industrial problems.

5. MATRIX OF CORRELATION OF LEARNING OUTCOMES IN THE EDUCATIONAL PROGRAM WITH ACADEMIC DISCIPLINES/MODULES

No	. Name of discipline	Number of credits	Matrix of correlation of learning outcomes in the educational program with academic disciplines										
			RO1	RO2	RO3	RO4	RO5	RO6	RO7	RO8	RO9	RO10	RO11
1.	History of Kazakhstan	5	+										
2.	Philosophy	5	+										
3.	Physical culture	8			+								
4.	Foreign language	10										+	
5.	Kazakh (Russian) language	10										+	
6.	Sociology	5		+									
7.	Cultural								+				
8.	Political Science		+										
9.	Psychology				+								
10.	Information and Communication technologies				+								
11.	Ecology and life safety	5	+										
12.	Methods of scientific research			+									+
13.	Economics and Entrepreneurship						+		+				
14.	Fundamentals of Law and Anti-corruption Culture		+										
15.	Business Mathematics 1	4									+		
16.	Business Mathematics 2	5		+							+		
17.	Labor Protection	6	+										
18.	Microeconomics	5						+			+		
19.	Macroeconomics	4		+									+
20.	Economic geography of transport	6							+	+			
21.	Finance	6			+						+		
22.	Entrepreneurship Workshop	6						+					+
23.	Computer and Engineering Modeling	6				+							
24.	Fundamentals of Artificial Intelligence	3			+		+						
25.	Training practice	2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
26.	Consumer behavior	6					+	+					
27.	Legal regulation of marketing activities		+										
28.	1C Accounting	9									++	+	
29.	Audit											+	
30.	Econometrica	6		+	+						+		
31.	Quantitative methods in Economics			+	+								
32.	Management	6								+			+
33.	Brand Management						+			+			
34.	Marketing	9		+						+			+
35.	Neuromarketing					+		+					
36.	Computerization of accounting	3			+							+	
37.	Wholesale and retail trade						+		+	+			
38.	Labor Law	3	+										
39.	HR management						+					+	
40.	Databases and client-server applications	6				+	+						
41.	Web programming	9				+	+						
42.	Brand strategy and management	9					+			+			

43.	Banking marketing	6					+	+					
44.	Business analysis of the goods and services market	6		+			+	+					
45.	Pricing and tariff policy in the industry	6						+		+			
46.	Digital marketing and media	6				+	+						
47.	Production practice 1	3	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
48.	Production practice 2	4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
49.	Strategic marketing in the service	6		+						+			+
50.	Industrial Marketing							+	+				+
51.	Content Marketing and social media	6				+	+		+				
52.	Marketing Communications								+	+			
53.	Managing online stores and marketplaces	6		+			+		+				
54.	Merchandising and brand management						+		+	+			
55.	Minor program 1	3			+	+							
56.	Minor program 2	3		+			+						
57.	Minor program 3	3						+	+				
58.	FINAL CERTIFICATION	8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. STRUCTURE OF THE BACHELOR'S DEGREE PROGRAM

n /	a Name of discipline cycles	Total labor	
		intensity in academic hours	in academic credits
1	Cycle general education disciplines (OOD)	1680	56
1)	Mandatory component	1530	51
	History of Kazakhstan	150	5
	Philosophy	150	5
	Foreign language	300	10
	Kazakh (Russian) language	300	10
	Information and communication technologies	150	5
	Socio-political knowledge module (sociology, political science, cultural studies, psychology)	240	8
	Physical culture	240	8
2)	University component and (or) elective component	150	5
2	Cycle of basic and profile disciplines (DB, PD)	5280	176
1)	University component and / or optional component		
2)	Professional practice		
3	Additional types of training (FEO)		
1)	Optional component		
4	Final certification	240	8
	Total	7200	240

Admission: 2024

Admission: 2024

APPROVED
dated February 29, 2024 Protocol No. 6
By decision of the Academic Council of ALT
Re-approved in conderction with the transition to
the status of "ALT University named after
Mukhametzhan Tyshpayev
dated April 25, 2024 Protocol No. 8
Chairman of the Academic Council
S.N. Amirgalieva

№	The discipline code	Name of cycles and disciplines	Total labor intensity		Form of contract, semester		The amount of study load, contact hours					Distribution by semester										Securing a position at the department	
			in academic hours	in academic credits	Exam	KP (KR)	Total hours	Classroom			SRO		1 course			2 course			3 course				
								lectures	practical	laboratory	SROP	SRO	1 weeks	2 weeks	3 weeks	1 weeks	2 weeks	3 weeks	1 weeks	2 weeks	3 weeks		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
1.	THE CYCLE OF GENERAL EDUCATION DISCIPLINES (OOD):																						
M1	The module of general education competencies																						
1.1.	Required component:		1530	51			1530	120	358	15	120	917	12	17	2	2	9	9	0	0	0		
1.1.1.	23-0-B-OK-UK	The history of Kazakhstan	150	5	2		150	30	15		8	97		5								SGDIFV	
1.1.2.	23-0-B-OK-FK	Philosophy	150	5	6		150	30	15		8	97						5				SGDIFV	
1.1.3.	23-0-B-OK-FK	Physical Culture	240	8	1,2,3,4		240		88		32	120	2	2	2	2						SGDIFV	
M2	Language Competence Module																						
1.1.4.	23-0-B-OK-IYa	Foreign language	300	10	1,2		300		90		16	194	5	5								YAP	
1.1.5.	23-0-B-OK-K(R)Ya	Kazakh (Russian) language	300	10	1,2		300		90		16	194	5	5								YAP	
M3	The module of socio-political competencies																						
1.1.6.	23-0-B-OK-Sotz	Sociology	240	8	5,6		240	7	15		8	30					4					SGDIFV	
	23-0-B-OK-Kul	Cultural studies						8	15		8	29											SGDIFV
	23-0-B-OK-Pol	Political Science						7	15		8	30											SGDIFV
	23-0-B-OK-Psi	Psychology						8	15		8	29											SGDIFV
M4	Information Technology and Artificial Intelligence Module																						
1.1.7.	23-0-B-OK-IKT	Information and communication technologies	150	5	5		150	30		15	8	97					5					ICT	
1.2.	Component of choice:		150	5			150	30	15	0	8	97	0	0	0	0	0	0	5	0	0		
M5	Life skills module																						
1.1.8.	23-0-B-KV-EBGD	Ecology and life safety	150	5	7		150	30	15		8	97										ATSIBZHD	
	23-0-B-KV-MNI	Methods of scientific research																				SGDIFV	
	24-0-KV-EIPD	Economics and business activities																				LMT	
	23-0-KV-OPAK	Fundamentals of law and anti-corruption culture																				SGDIFV	
TOTAL for the OOD cycle:			1680	56			1680	150	373	15	128	1014	12	17	2	2	9	9	5	0	0		
2.	THE CYCLE OF BASIC DISCIPLINES (DB):																						
2.1.	The university component:		1590	53			1590	240	255	15	120	900	15	9	2	12	0	3	6	6	0		
M6	Natural science competencies																						
2.1.1.	24-0-B-VK-BM1	Business Mathematics 1	120	4	1		120	15	30		12	63	4									OI	
2.1.2.	24-0-B-VK-BM2	Business Mathematics 2	150	5	2		150	15	30		12	93		5								OI	
M7	Professional module																						
2.1.3.	23-0-B-VK-OT	Labor protection	180	6	8		180	30	15	15	12	108							6			ATSIBZHD	
2.1.4.	24-42/25/44-B-VK-Mik	Microeconomics	150	5	1		150	30	15		12	93	5									LMT	
2.1.5.	24-42/25/44-B-VK-Mak	Macroeconomics	120	4	2		120	30	15		12	63		4								LMT	
2.1.6.	23-0-B-EGT	Economic geography of transport	180	6	4		180	30	30		12	108				6						LMT	
2.1.7.	23-42/25-B-VK-Fin	Finance	180	6	7		180	30	30		12	108						6				LMT	
2.1.8.	24-42/25/44-B-VK-PpP	Entrepreneurship Workshop	180	6	4		180	30	30		12	108				6						LMT	
M8	Information Technology and Artificial Intelligence Module																						
2.1.9.	24-0-B-VK-KIM	Computer and engineering modeling	180	6	3		180	30	30		12	108	6									ICT	
2.1.10.	24-0-B-VK-OII	The basics of artificial intelligence	90	3	6		90		30		12	48						3				ICT	
M9	Practice-oriented module																						
2.1.11.	23-0-VK-Upr	Educational practice	60	2	3		60							2								LMT	
2.2.	Component of choice:		1260	42			1260	210	180	30	84	756	0	0	18	6	0	0	18	0	0		
M7	Professional module																						
2.2.1.	23-25-B-VK-PP	Consumer behavior	180	6	7		180	30	30		12	108								6		LMT	
	23-25-B-KV-Prmd	Legal regulation of marketing activities																					
2.2.2.	24-42/25/44-B-KV-1CB	1C Accounting	270	9	7		270	45	30	15	12	168								9		LMT	
	24-42/25/44-B-KV-Au	Audit																					
2.2.3.	24-42/25/44-B-KV-Eko	Econometrics	180	6	3		180	30	30		12	108			6							LMT	
	24-42/25/44-B-KV-KME	Quantitative methods in economics																					

Director of the LIU Institute  Musaeva G.S.
Head of the Department of "LMT"  Kenzhebaeva G.Zh.

8. CATALOG OF UNIVERSITY COMPONENT DISCIPLINES

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭДУКАЦИОНАЛ PROGRAMY 6B04125-Marketing and Business Analytics

Level of education: Bachelor's degree Duration of study: 3 years

Year of admission: 2024 years

Cycle	Component	Name of the discipline	Total labor		Intensity Semester	Learning outcomes	Brief description	of the discipline	Prerequisites
			Post requirements in academic hours	in academic credits					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DB	VK	Business Mathematics 1	120	4	1	PO9	The discipline studies the basic concepts and laws of modern mathematics, which are necessary tools for solving specific applied business problems. The discipline aims to develop students' independent research skills and the ability to use learned mathematical methods for data analysis, process optimization, and decision-making. The content of the discipline includes elements of linear algebra and analytic geometry, differential and integral calculus. For each section of the course, special attention is paid to applied tasks. The discipline provides for innovative teaching methods and execution of calculation and graphic works.	School subjects components	Business mathematics 2
DB	VC	Business mathematics 2	150	5	2	PO2 RO9	Discipline " Business mathematics 2 " studies the basics of probability theory and mathematical statistics, elements of linear programming. The purpose of studying the discipline is to teach students the basics of probability theory and mathematical statistics, linear programming problems used in solving theoretical and practical problems in the field of economics, finance and business, to develop skills in using the mathematical apparatus as a tool for economic analysis, organization and management, to develop students' logical and analytical thinking. The discipline provides for innovative teaching methods and execution of calculation and graphic works.	Business mathematics 1	Econometrics Quantitative methods in economics
DB	VC	Labor protection	180	6	8	RO1	The discipline examines the main dangerous and harmful production factors affecting road and railway transport workers during operation and repair of rolling stock, advanced methods and technical solutions to reduce occupational injuries, improve working conditions and organize worker safety organization and management of occupational health and safety, fire and electrical safety, main activities in the organization of workplaces. Training methods-analysis of specific situations, group discussions	Labor law Ecology and life safety	Final certification
DB	VC	Microeconomics	150	5	1	RO6 RO9	is aimed at studying the theoretical and practical foundations of the analysis of economic phenomena and processes at the micro level, the formation of an economic way of thinking closely linked to the effective use of limited resources, decision-making by individual economic entities in conditions of economic choice.	Disciplines and components	Macroeconomics Entrepreneurship Workshop Marketing

							In the course of studying, the Excel program is used for calculating, analyzing, predicting supply and demand for products, creating charts, tables, and solving problems.					Neuromarketing	
DB	VC	Macroeconomics	120	4	2	PO2 PO11	Studies the behavior of the national economy as a whole from the point of view of its sustainable development, the optimal combination of employed resources for their rational use, the study of effective mechanisms for regulating the level of inflation, the acquisition of practical skills in analyzing and interpreting indicators, characteristics of socio-economic processes at the macro level, understanding of approaches to state regulation of the economy.		Microeconomics		Banking marketing Wholesale and retail trade		
DB	VK	Economic geography of transport	180	6	4	RO7 RO8	The discipline studies the general characteristics of the location of transport infrastructure and productive forces of economic regions of the Republic of Kazakhstan, demonstrates an understanding of the transport and communication system of the world and Kazakhstan, the economic geography of industries, transport and geographical relations and cargo flows of transport.		Marketing Neuromarketing		Pricing and tariff policy in the industry		
DB	VC	Finance	180	6	7	RO3 RO9	The theory of the essence of finance and credit in the economic system, the need and role of money in economic turnover, the role and principles of building a financial system at the enterprise level and at the state level are studied. The article analyzes the structure of the budget system of the Republic of Kazakhstan, features of taxation in Kazakhstan, trends in the development of the insurance market of Kazakhstan. The program includes guest lectures with representatives of the banking and insurance sector		Entrepreneurship workshop Pricing and tariff policy in the industry Management of online stores and marketplaces		Strategy and brand management Business analysis of the market of goods and services		
DB	VK	Entrepreneurship workshop	180	6	4	PO6 PO11	The workshop will allow students to develop their own business project related to use effectively online platforms, search, evaluate and select a business idea; create business models; research the e-commerce market; create a financial model; carry out state registration of a business entity in the context of digitalization of services		Microeconomics Banking marketing Wholesale and retail trade		Finance Economics entrepreneurship		
Dat aba se	VC	Computer and engineering modeling	180	6	1	PO4	Studying the discipline makes it possible to master the basic images of spatial forms on a plane and teach them to work in modern modeling systems in order to develop innovative computer models, and also contributes to the development of spatial representation and imagination, constructive and geometric thinking based on graphic models of spatial forms and practical skills in building computer models, solving real-world problems.		School-level disciplines		Computerization of accounting Digital marketing and media Marketing Neuromarketing		
Dat aba se	VC	Fundamentals of artificial intelligence	90	3	6	PO3 PO5 The	discipline introduces students to the main concepts, methods and applications of artificial intelligence. The purpose of the course is to provide students with basic knowledge about the capabilities and applications of artificial intelligence in the modern world and their significance for various fields of activity		Information and communication technologies		Content marketing and social media marketing Business analysis of the goods and services market		
PD	VC	Databases and client-server	180	6	6	PO4	Formation of students' patterns development of client-server databases, information		Information and		Content marketing and		

	applications					PO5	properties and features of information processes using client-server technology, as well as familiarization with the basics of modern of modern theoriespost-relational database theories, features of using client-server technologies, analysis and modeling of the subject area in the client - server environment related to the large-scale use of information and communication technologies in various fields activities.	communication technologies Web programming	marketing in social networks Business analysis of the market of goods and services
PD	VK	Web programming	270	9	5	PO4 PO5	To form students ' knowledge about understanding the principles of Internet pages, the basics of formatting using HTML, about understanding design tools, knowledge of the basics of layout, CMS- systems for organizing website management and methods of website development, analysis and design, multimedia and FLASH technologies. When studying the discipline, interactive methods are used: case study, discussion. As part of the discipline, there are field classes in the department's branch and guest lectures by top managers.	Digital Marketing and Media	Databases and client-server applications Merchandising
pd	vk	Brand strategy and management	270	9	9	RO5 RO8	Main objective: to study the principles and technologies of brand formation, to understand the role and significance of branding in the company's activities, the need for professional brand management in a modern competitive environment at all levels of business management, to critically evaluate the brand strategy and evaluate the optimization of the brand development process, improve the company's competitiveness.	Finance Strategic marketing in the service sector Consumer behavior	Final certification
of PD	VC	Bank Marketing	180	6	3	RO5 RO6	is aimed at studying theoretical knowledge about bank marketing, the process of developing and implementing various marketing strategies to identify a market niche, choosing sales and communication policies, finding effective tools for promoting banking products and services, and collecting marketing information and its analysis. In the process of studying, computer programs are used to calculate, analyze and forecast supply and demand for products, build diagrams, tables, solve problems	Macroeconomics	Entrepreneurship workshop
PD	VC	Business analysis of the market of goods and services	180	6	9	RO2 RO5 RO6	Develops skills in the basics of business analysis and research of the market of goods and services, understanding its main features use of internal and external information, various methods for research and forecasting market development, data collection and processing to identify business problems and solve issues related to its growth.	Industrial marketing Marketing communications Legal regulation of marketing activities	Final certification
of PD	VC	Pricing and tariff policy in the industry	180	6	5	PO6 PO8	Main objective study of various dependencies that affect the pricing and tariff policy process, such as potential production, competitive market situation, supply and demand, legislative and regulatory restrictions, as well as psychological aspects of consumer behavior. Pricing strategies are investigated. In the course of training, a practical analysis of the market (transport industry) is carried out and the influence of various factors on pricing is evaluated in order to make informed decisions on the development of tariff policy.	Economic geography of transport Digital marketing and media Wholesale and retail Trade	Finance Consumer behavior Legal regulation of marketing activities
PD	VC	Digital marketing and media	180	6	4	RO4 RO5	Develop the ability to use advertising and analytical services of the digital environment in order to solve marketing problems, apply various digital marketing tools, build relationships with contractors of digital marketing services, configure various systems of advertising and web analytics, strategy development and selection of digital communication channels, methods of research of media preferences and media behavior of consumers in the Internet environment.	Computer engineering modeling	Pricing and tariff policy in the industry Web programming

9. CATALOG OF ELECTIVE COMPONENT DISCIPLINES

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ЭДУКАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 6B04125-Marketing and Business Analytics

Level of education: Bachelor's degree Duration of study: 3 years

Year of admission: 2024 years

Cycle	Component	Name of the discipline	Total labor		Intensity Semester	Learning outcomes	Brief description	of the discipline	Prerequisites
			Post requirements in academic hours	in academic credits					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OOD	KV	Ecology and life safety				RO1	The discipline provides knowledge and ideas about environmental problems and approaches to their solution, sources and types of pollution environmental protection by enterprises, the principles of regulating the quality of atmospheric air and water, the main provisions of legislation in various fields, on natural and man-made emergencies, their causes, methods of prevention and protection. Teaching methods - analysis of specific situations (case-study), group discussions	Political Science Cultural	studies Labor protection
		Methods of scientific research				PO2 PO11	The discipline provides knowledge and ideas about the content of scientific activity, its methods and forms of knowledge. The theoretical and applied knowledge obtained by students on the methods of scientific research of problems in the field under study, instills in future specialists the skills of cognitive activity in the field of science. Active learning methods - group, scientific discussion, dispute, project method.	Econometrics Quantitative methods in economics	Consumer behavior
		Economics and entrepreneurship	150	5	7	RO5 RO7	Studies the activities of enterprises in various types of markets, the model of equilibrium and market functioning, state regulation of prices and tariffs. Examines the concept of entrepreneurship and the limits of its legal regulation, conditions for the development of entrepreneurship, organizational and legal forms of doing business, business planning, business secrecy, social responsibility	of entrepreneurship Entrepreneurship workshop	Strategic marketing in the service sector Industrial marketing
		Fundamentals of law and anti-corruption culture				RO1	The discipline sets out the fundamental concepts of law, the constitutional structure of state power of the Republic of Kazakhstan, the rights and freedoms of citizens enshrined in the Constitution, the mechanism and protection of legitimate human interests in the event of their violation. The discipline provides students with an increase in public and individual legal awareness and legal culture, as well as a system of knowledge and civic position on combating corruption as an anti-social phenomenon. Active learning methods - analysis of specific tasks.	Sociology Political Science Cultural	studies Legal regulation of marketing activities
DB	KV	Consumer behavior	180	6	8	PO5 PO6	Main goal study of factors influencing consumer decision-making, use of modern concepts, approaches and methods in managing consumer behavior in the market of goods and services for their promotion, a system of methods for studying and	Pricing and tariff policy in the industry Research methods	Strategy and brand management Final certification

of DB	KV	Legal regulation of marketing activities					RO1	predicting future needs, preferences potential consumers. Forms the concept of the main directions of legal regulation in the field of marketing activities, the application of the relevant legislative framework in this area, understanding what information is a trade secret, what legal relations arise in the process of implementing marketing activities, developing a company strategy based on the use of marketing tools.	Pricing and tariff policy in the industry Fundamentals of law and anti-corruption culture	Business analysis of the goods and services market Final certification
of DB	KV	1C Accounting	270	9	7		RO9 RO10	Develops practical skills in using 1C Accounting software for accounting, tax accounting at the enterprise, accounting organization in accordance with IFRS, know the principles, techniques and methods of work with the program 1C Accounting 8.3, create an information base in the program, configure accounting parameters, generate standard reports and unload the information base	of accounting Computerization	Strategic marketing in the service
sec tor DB	KV	Audit					RO10	Studies the basic concepts of audit in a comprehensive relationship with other concepts of the market economy. Terms and definitions that reveal the theory, organization, technology and methodology of conducting, the procedure for processing and reviewing materials based on the generally accepted international accounting system, standards and norms of audit.	Sociology Political Science Cultural	studies Marketing communications
DB	KV	Econometrics					PO2 PO3 PO9	is aimed at studying the methodological foundations of econometric modeling, building paired and multiple linear and nonlinear regression models, building classical model assumptions using Excel to predict economic processes both on the scale of the economy as a whole, and at the industry level or an individual enterprise.	Business mathematics 2	Research methods Management Management of online stores and marketplaces
DB	KV	Quantitative methods in economics	180	6	3		PO2 PO3	Studies methods for solving economic problems using quantitative methods, based on classical mathematical analysis, mathematical programming, game theory, probability theory, mathematical statistics, the theory of random processes and fuzzy sets, testing statistical hypotheses; develops skills in working with modules of Excel statistical packages and STATA for conducting economic research.	Business mathematics 2	Research methods Brand management Merchandising and brand
ma nag em ent DB	KV	Management					RO8 RO11	Examines the theory and practice of modern management, the application of basic management tools and methods in enterprise management. Examines the systems of scientific knowledge about the rational organization and management of an enterprise, the application of management principles to achieve the goals and objectives of an enterprise, the principles of building an organizational structure by an enterprise, methods of managing conflicts, changes, and skills in developing a motivational policy for personnel.	Econometrics Marketing	Management of online stores and marketplaces
DB	KV	Brand management	180	6	4		PO5 PO8	Understanding the role of branding in the company's business model at the present stage, types of brands and their various roles in the company's brand portfolio, branding theories and tools, brand identity system, develop a strategic policy for branding or rebranding	Quantitative methods in economics Neuromarketing	Merchandising and brand management
DB	KV	Marketing					RO2 RO8 RO11	Examines the field of marketing and its role in the modern economy, features, examines the role of the demographic factor in the formation of demand for products (goods and services), specific features of the activities of enterprises operating in the market, the model of D. Ratmel, A. Eiglier and E. Langeard et al.	Microeconomics Computer and engineering modeling	Economic geography of transport Management
Dat aba se KV ma nag em		Neuromarketing	270	9	3		PO4 PO6	Consists of finding ways to objectively determine consumer preferences without using subjective methods of obtaining information about them, as well as forming advertising messages in such a way as to persuade the consumer to buy before he realized them and developed his position.	Microeconomics Computer and engineering modeling	Economic geography of transport Brand management

		stores and marketplaces					RO5 RO7	company operating on an online platform and marketplaces are studied; the principles and concepts of e-commerce, the basics of the functioning of Online commerce, methods of formation strategies for the development and competitive advantages of online stores, pricing, niche selection, methods of data analysis and performance indicators for evaluating the effectiveness of online stores and marketplaces	Management	Labor law Strategic marketing in the service
sec tor PD	KV	Merchandising and trademark management					RO5 RO7 RO8	Formation of students' professional knowledge about the goals of merchandising, its standards, types, and principles. Explores the role of merchandising in business and brand management, examines the issues of planning and organizing the trading process using merchandising tools, creating a good assortment.	Web programming Quantitative Methods in Economics Brand Management	HR Management Industrial Marketing

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на образовательную программу 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика

Реализация образовательной программы «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» направлена на подготовку специалистов, обладающих знаниями в области маркетинга, анализа данных и информационных технологий. Обучение осуществляется посредством последовательности изучаемых дисциплин, с установлением конкретных задач и целевых индикаторов. Четко прослеживается междисциплинарное взаимодействие, которое заключается в комплексной связи между содержанием отдельных учебных дисциплин, посредством которых достигается внутреннее единство программы подготовки специалистов.

В учебном плане образовательной программы определен перечень всех учебных дисциплин обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой учебной дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Актуальность данной образовательной программы основывается на том, что она обеспечивает будущих специалистов необходимыми знаниями и навыками для успешной карьеры в современном бизнесе, где аналитика данных и информационные технологии играют ключевую роль.

Цель образовательной программы актуальна, сформулирована достаточно лаконично и объединяет в себе результаты обучения. Главной задачей является формирование у обучающихся навыков работы с современными информационными технологиями для решения маркетинговых задач. В описании дисциплин отражены их цели и содержание, как индикаторы достижения результатов обучения по данной образовательной программе. Также, в образовательной программе, разработанной на основе профессионального стандарта, отражены основные трудовые функции в компетенциях и результатах обучения, указаны виды связей с работодателями: проведение гостевых лекций, лекций ведущих топ менеджеров, наличие филиалов кафедр на базе организаций.

Таким образом, представленная на экспертизу образовательная программа «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» по направлению подготовки кадров «6B041-Бизнес и управление», полностью соответствует требованиям ГОСО, имеет четкую последовательность при разработке, отвечает современным запросам рынка труда, профессиональным стандартам. Образовательная программа 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика в отрасли может быть реализована для подготовки кадров по направлению 6B041-Бизнес и управление.

Эксперт Макашев Ж.А., Директор ТОО «Aitmahambet»



ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на образовательную программу 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика

Реализация образовательной программы «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» направлена на подготовку специалистов, способных эффективно применять информационные технологии для решения задач в области маркетинга и аналитики бизнеса. Обучение осуществляется посредством последовательности изучаемых дисциплин, с установлением конкретных задач и целевых индикаторов. Четко прослеживается междисциплинарное взаимодействие, которое заключается в комплексной связи между содержанием отдельных учебных дисциплин, посредством которых достигается внутреннее единство программы подготовки специалистов.

В учебном плане образовательной программы определен перечень всех учебных дисциплин обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой учебной дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Одним из значимых достоинств программы является то, что она формирует навыки, необходимые для анализа данных, разработки маркетинговых стратегий и принятия управленческих решений на основе современных IT-инструментов.

Цель образовательной программы актуальна, сформулирована достаточно лаконично и объединяет в себе результаты обучения. В описании дисциплин отражены их цели и содержание, как индикаторы достижения результатов обучения по данной образовательной программе. Также, в образовательной программе, разработанной на основе профессионального стандарта «Деятельность в сфере планирования и анализа ресурсов фирмы», отражены основные трудовые функции в компетенциях и результатах обучения, указаны виды связей с работодателями: проведение гостевых лекций, лекций ведущих топ менеджеров, наличие филиалов кафедр на базе организаций.

Таким образом, представленная на экспертизу образовательная программа «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» по направлению подготовки кадров «6B041-Бизнес и управление», полностью соответствует требованиям ГОСО, имеет четкую последовательность при разработке, отвечает современным запросам рынка труда, профессиональным стандартам. Образовательная программа 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика в отрасли может быть реализована для подготовки кадров по направлению 6B041-Бизнес и управление.

Эксперт Бекмагамбетова Г.М., Генеральный директор ОЮЛ «Ассоциация научно – исследовательских и проектных организаций» (АНИП)



ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на образовательную программу 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика

Реализация образовательной программы «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» направлена на подготовку специалистов, способных анализировать рыночные данные и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии. Обучение осуществляется посредством последовательности изучаемых дисциплин, с установлением конкретных задач и целевых индикаторов. Четко прослеживается междисциплинарное взаимодействие, которое заключается в комплексной связи между содержанием отдельных учебных дисциплин, посредством которых достигается внутреннее единство программы подготовки специалистов. Например, «Компьютерное и инженерное моделирование», «Базы данных и клиент-серверные приложения», «Цифровой маркетинг и медиа», «WEB программирование», «Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях».

В учебном плане образовательной программы определен перечень всех учебных дисциплин обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой учебной дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Преимущество программы заключается в интердисциплинарном подходе, практической направленности, востребованности выпускников на рынке труда.

Цель образовательной программы актуальна, сформулирована достаточно лаконично и объединяет в себе результаты обучения. В описании дисциплин отражены их цели и содержание, как индикаторы достижения результатов обучения по данной образовательной программе. Также, в образовательной программе, разработанной на основе профессиональных стандартов, отражены основные трудовые функции в компетенциях и результатах обучения, указаны виды связей с работодателями: проведение гостевых лекций, лекций ведущих топ менеджеров, наличие филиалов кафедр на базе организаций.

Таким образом, представленная на экспертизу образовательная программа «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» по направлению подготовки кадров «6B041-Бизнес и управление», полностью соответствует требованиям ГОСО, имеет четкую последовательность при разработке, отвечает современным запросам рынка труда, профессиональным стандартам. Образовательная программа 6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика в отрасли может быть реализована для подготовки кадров по направлению 6B041-Бизнес и управление.



Эксперт Карагайнова К.А., Директор ТОО «International Connections Company»

М.П.

РЕЦЕНЗИЯ

на образовательную программу
по направлению подготовки 6В041-Бизнес и управление

Образовательная программа бакалавриата «6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» содержит следующую информацию: квалификация выпускника, форма и срок обучения, направление и характеристика деятельности выпускников, приведен полный перечень компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения образовательной программы в сфере маркетинга и аналитики.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ГОСО. Одним из сильных аспектов этой программы является ее акцент на практическом применении знаний, что позволяет выпускникам быть конкурентоспособными на рынке труда.

В учебном плане образовательной программы определен перечень всех учебных дисциплин обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой учебной дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Каталог элективных дисциплин, Каталог внутривузовского компонента полностью отражают преемственность дисциплин Маркетинг→Бизнес анализ рынка товаров и услуг→Цифровой маркетинг и меди→Стратегический маркетинг в сфере услуг. Одним из уникальных аспектов программы является включение дисциплин связанных с информационными технологиями, что позволяет возможность выпускникам применять их на практике.

Соблюдена последовательность изучения дисциплин, включены дисциплины, необходимые для глубокого понимания специфики отрасли и позволяет выпускникам работать с данными и применять аналитические методы для принятия стратегических решений.

Содержание рабочих программ учебных дисциплин и практик позволяет сделать вывод, что оно соответствует компетентностной модели выпускника.

Образовательная программа предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде практики. Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки обучающихся.

Для разработки образовательной программы были привлечены опытный профессорско-преподавательский состав, ведущие представители работодателя, обучающиеся, учтены их требования при формировании дисциплин профессионального цикла.

Заключение:

В целом, рецензируемая образовательная программа отвечает основным требованиям ГОСО, национальной рамке квалификаций, отраслевой рамке квалификаций, профессиональных стандартов и способствует формированию общекультурных и профессиональных компетенций по направлению подготовки «6В041-Бизнес и управление».

Заместитель генерального директора
ТОО «ЕВРОСИБ КАЗАХСТАН»



Ли О.К

РЕЦЕНЗИЯ

на образовательную программу
по направлению подготовки 6В041-Бизнес и управление

Образовательная программа бакалавриата «6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» содержит следующую информацию: квалификация выпускника, форма и срок обучения, направление и характеристика деятельности выпускников, приведен полный перечень компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения образовательной программы, что поможет понять не только основы маркетинга, но и применять их на практике для достижения успеха в бизнесе.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ГОСО. Программа эффективно сочетает в себе теоретические знания с практическими навыками, что играет ключевую роль в принятии стратегических решений.

В учебном плане образовательной программы определен перечень всех учебных дисциплин обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой учебной дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Каталог элективных дисциплин, Каталог внутривузовского компонента полностью отражают преемственность дисциплин в области применения информационно-коммуникационных технологий, например, Компьютерное и инженерное моделирование, Web программирование, Базы данных и клиент-серверные приложения. Это является достоинством программы, так как некоторые дисциплины научат работать с большими объемами данных, что делает ее особенно ценной в современном цифровом мире бизнеса.

Соблюдена последовательность изучения дисциплин, включены дисциплины, необходимые для глубокого понимания специфики маркетинга и позволяет выпускникам работать с данными и применять информационные технологии для прогнозирования трендов, оптимизации маркетинговых компаний и принятия стратегических решений.

Содержание рабочих программ учебных дисциплин и практик позволяет сделать вывод, что оно соответствует компетентностной модели выпускника.

Образовательная программа предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде практики. Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки обучающихся.

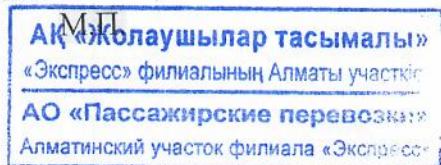
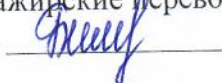
Для разработки образовательной программы были привлечены опытный профессорско-преподавательский состав, ведущие представители работодателя, обучающиеся, учтены их требования при формировании дисциплин профессионального цикла.

Закключение:

В целом, рецензируемая образовательная программа отвечает основным требованиям ГОСО, национальной рамке квалификаций, отраслевой рамке квалификаций, профессиональных стандартов способствует формированию общекультурных и профессиональных компетенций по направлению подготовки «6В041-Бизнес и управление».

Рецензент

Бимбетова Д., проводник пассажирского вагона филиала «Экспресс» АО «Пассажирские перевозки»



РЕЦЕНЗИЯ

на образовательную программу
по направлению подготовки 6В041 – Бизнес и управление

Представленная на рецензию образовательная программа бакалавриата «6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» содержит следующую информацию: квалификация выпускника, форма и срок обучения, направление и характеристика деятельности выпускника, приведен достаточно полный перечень компетенций, которыми будет обладать выпускник в результате освоения данной образовательной программы.

Учебный план образовательной программы построен с учетом формирования всего необходимого перечня общекультурных и профессиональных компетенций, которые предусмотрены ГОСО. Образовательная программа направлена на подготовку специалистов, которые успешно могут функционировать в быстро меняющейся бизнес-среде. Программа охватывает широкий спектр ключевых дисциплин, от теории до новейших цифровых инструментов, что делает ее актуальной и конкурентоспособной.

Образовательная программа содержит дисциплины обязательного компонента и компонента по выбору, трудоемкость каждой дисциплины в кредитах, последовательность их изучения, виды учебных занятий и формы контроля. Каталог элективных дисциплин отражает преемственность, по которым предусмотрены многочисленные кейс-стадии, симуляции маркетинговых кампаний, проекты в сотрудничестве с реальными компаниями, что позволит обучающимся развивать навыки работы в команде и самостоятельно решать маркетинговые задачи.

Построение изучения дисциплин отражает логику и последовательность их изучения, содержание рабочих программ учебных дисциплин и практик показывает соответствие компетентностной модели выпускника.

Для разработки образовательной программы были привлечены опытный профессорско-преподавательский состав, ведущие представители работодателей, обучающиеся, учтены их требования при формировании дисциплин профессионального цикла.

Заключение:

В целом, рецензируемая образовательная программа отвечает основным требованиям ГОСО, национальной рамке квалификаций, профессиональных стандартов и способствует формированию общекультурных и профессиональных компетенций по направлению подготовки «6В041 – Бизнес и управление».

Начальник отдела
Смет и ПОС ТОО «НИИ ТК»



Бердимуратов С.Ж.

Абай данғылы, 76,
Алматы, Қазақстан, 050057
БИН 040740002513

тел.: (727) 355 77 00
E-mail: niitk@niitk.kz

пр. Абая, 76,
Алматы, Казахстан, 050057
БИН 040740002513

Тема: Рекомендации по
6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика»

Уважаемая Гаухар Жумашевна!!!

Руководство ТОО «НИИ ТК» в лице Суванбаевой Ф.Г., ознакомилось с содержанием образовательной программы «6B04125 – Маркетинг и бизнес аналитика» и внесло следующие рекомендации:

- включить в содержание образовательной программы дисциплины, связанные с IT технологиями;
- включить дисциплины, связанные с развитием навыков анализа данных, разработки маркетинговых стратегий, а именно: Бизнес анализ рынка товаров и услуг, Цифровой маркетинг и медиа.

Работодатель,
Начальник отдела УП _____ Суванбаева Ф.Г.



Академия Логистики и Транспорта

Выписка из протокол № 6 заседания кафедры «Логистика и менеджмент на транспорте»

город Алматы

16.02.2024 г.

Председатель: Кенжебаева Г.Ж

Секретарь: Маулина Н.Х

Присутствовали: директор института Мусаева Г.С, зав. кафедрой «ЛМТ» Кенжебаева Г.Ж., профессор: Жанбирова Ж.Г., ассоциированный профессор Мусалиева Р.Д., ассистент-профессоры: Мусабаев Б.К., Ахметжанова А.Х, Маулина Н.Х., Сугурова А.Ж., Шакиртханов Б.Р., Токтамысова А.Б., сениор-лекторы: Бадамбаева С.Е, Усербаева А.С., Елешева Ж.Б., Урсарова А.К., Алик А.Р, Байбусинова М.А., ассистент-преподаватель Игенбаева Ш.А.

Представители с производства:

1. По ОП бакалавриата:

- Тантакова С.И. - АО "НК"КТЖ", Дирекция автоматизации и цифровизации, ведущий инженер АСУ;
- Суванбаева Ф.Г. - ТОО "НИИТК", начальник отдела управления проектами;
- Махтаев Т.Б. - АО «KTZ Express» -«KTZE Южный», директор филиала;
- Токанов Д.Б. - ТОО «Алматинское бюро по сертификации», директор;
- Макашева Ж.А- ТОО «Aimahanbet, директор;
- Шурманов А.К - ТОО «Экоэнерго газ», директор

2. По ОП магистратуры:

- Мухаев Е. Генеральный Секретарь CILT Central Asia,
- Кошумбаева Ж.Ж- сертифицированный профессиональный бухгалтер РК, аудитор РК. Аудитор в газовой компании ТОО Satory Company LTD
- Ахметова Р.К. Директор филиала международной транспортно-логистической компании ТОО "Ахметова Р.К. Директор филиала международной транспортно-логистической компании ТОО "AsstrA Almaty»
- Куанышбек А.Б- зам директора ГП КТЖ «Грузовые перевозки»

3. Обучающиеся: Тойбаев Н.Р. - студент 1 курса, гр. УС-ТЛ-22-2, Сарсенбай А. - студент 1 курса, гр. ЦЛ-22-2, Махметова Н - студент 3 курса, гр. ТЛ-22-2, Орлеанский А.А. - магистрант 2 г.о., гр. МН-Л-22-1; Иманбаев Д. - магистрант 1 г.о., гр. МН-Л-22-2., Токенова А - студент 4 курса, студент группы УУО-20-1, Тайгожа Г - студент 2 курса, группы ЭИМ - 32-1.

ПОВЕСТКА ДНЯ:

3.О подготовке документов по специальности для участия в рейтинге образовательных программ 2024 года

4. Разное

По третьему вопросу повестки дня **СЛУШАЛИ:** заведующую кафедрой «ЛМТ» Кенжебаеву Г.Ж., предложила рассмотреть новые разработанные ППС и совместно с работодателями образовательные программы по бакалавриату и магистратуре, а также увеличение кредитов дисциплинам и сократить обучение до 3-х лет на прием 2024 года.

ВЫСТУПИЛ: представитель работодателей Мухаев Е. Генеральный Секретарь CILT Central Asia, предложил в силу специфики организаций работодателей отразить в объектах профессиональной деятельности следующее: скорректировать описание дисциплин компонентов по выбору, дать четкость понимания дисциплины, какие компетенции необходимо изучить обучающимся, чем должен владеть, знать и уметь делать.

ВЫСТУПИЛА: к.т.н., ассистент-профессор Ахметжанова А.Х., которая предложила увеличить количество кредитов по профилирующим дисциплинам, тем самым укрупнить дисциплины, связать несколько дисциплин которые позволили бы последовательно изучить все в одной дисциплине.

ВЫСТУПИЛА: зав. кафедрой «ЛиМТ» Кенжебаева Г.Ж., с предложением заслушать представителей работодателей и обучающихся по включению новых дисциплин в КЭД и РУП приема 2024 г.

ВЫСТУПИЛ: представитель работодателей Шакиртханов Б.Р. на сегодня любое коммерческое предприятие заинтересована в грамотных специалистах, имеющих хороший уровень подготовки и знаний в области планирования, организации и контроля за движением грузов по видам транспорта.

Вносим предложения о внесении в РУП бакалавриата следующие дисциплины, раскрывающие потребность работодателей такие как: «Электронные сервисы в управлении производственной логистики и распределения», «Контейнерные перевозки и технологии», «Цифровые технологии в управлении цепями поставок».

ВЫСТУПИЛИ: обучающиеся Махметова Н: Считаю необходимым включить в изучение дисциплин программный продукт AUTOCAD. Очень хотелось бы научиться проектировать и масштабировать свои знания на производстве.

По ОП 6В11330 – Транспортная логистика: Электронные сервисы в управлении производственной логистики и распределения, Контейнерные перевозки и технологии, Цифровые технологии в управлении цепями поставок.

По ОП 6В11333-Цифровая логистика: Информационные системы и управления цепями поставок, Системы искусственного интеллекта в логистике.

По ОП 6В11368 - Международная логистика;

По ОП 6В04142-Экономика и менеджмент (по отраслям): Математика для бизнеса и экономики, Международный бизнес;

По ОП 6В11328– Управление услугами в отрасли: Управление бизнес процессами;

По ОП 6В 04144 - Электронная коммерция: Нейромаркетинг;

По ОП 6В 04125 - Маркетинг и бизнес аналитика: (Web программирование);

По ОП 7М04166-Экономика и менеджмент (профильная - 1,5) и научно-педагогическая - 2 года): Финансовый менеджмент;

По ОП 7М04166- Маркетинг и бизнес аналитика: Управленческий консалтинг;

По ОП 7М04167 – Экономика и менеджмент (научно-педагогическая): Управление данными, Риск менеджмент

По ОП 7М04170 - ЕМВА (Деловое администрирование): правовая среда бизнеса;

По ОП 7М04171 - MBA (Деловое администрирование в логистике): Моделирование и прогнозирование логистических процессов в цепях поставок, Моделирование сетей распределения и управление заказами (e-Fulfilment), Локальные информационные системы (WMS/TMS) поддержки операционной логистики.

7М11374 - Управление цепями поставок: Моделирование и оптимизация логистических бизнес-процессов, Цифровая трансформация в цепях поставок,

Интегрированное планирование и прогнозирование цепей поставок с применением Big Data и цифровых технологий, Экономический анализ управления цепями поставок.

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Предоставить новые образовательные программы по бакалавриату и магистратуре для рассмотрения и утверждения на Совете института «Логистика и управление».
2. Утвердить предложенные дисциплины работодателями внести Учебный план бакалавриата и магистратуры.
3. Учесть и внести в syllabus дисциплин проводимые в практических и лабораторных занятиях программный продукт AUTOCAD.

Председатель



Кенжебаева Г.Ж.

Секретарь



Маулина Н.Х.

Академия логистики и транспорта

Выписка из ПРОТОКОЛ № 7

Заседания Комиссии по обеспечению качества – Учебно-методического бюро (КОК УМБ) института «Логистика и управление»

г. Алматы

«26» февраля 2024 года

Председатель: Мусаева Г.С.

Секретарь: Урсарова А.К.

Присутствовали: члены КОК-УМБ, председатель КОК-УМБ ИЛУ, директор института, д.т.н., профессор Мусаева Г.С., сениор-лектор кафедры «ЛиМТ», заместитель директора по учебно-методической работе Бадамбаева С.Е., сениор-лектор кафедры «ЛиМТ», заместитель директора по воспитательной работе Алик А., зав.кафедрой «ЛиМТ» ассоциированный профессор Кенжебаева Г.Ж., зав.кафедрой «ОПЭТ», ассоциированный-профессор Биттилеуова З.К.; ассоциированные профессор кафедры «ОПЭТ» Вахитова Л.В.; к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «ЛиМТ» Ахметжанова А.Х., PhD, ассистент профессор кафедры «ОПЭТ» Бекмагамбетова Л.К., сениор-лектор «ЛиМТ», секретарь КОК-УМБ ИЛУ Урсарова А.К., сениор-лекторы: Нуржаубасев М.М.; Байбусинова М.А.,

Представители с производства: Начальник отдела "Управление проектами" ТОО "НИИТК" Суванбаева Ф. Г., Специалист по работе с клиентами по жд перевозкам ТОО «СМА CGM Logistics Central Asia» Коржумбаева С.Т.,

Обучающиеся: студенческий декан ИЛУ Марупжанов И., обучающийся группы МН-Л-23-1 Калтаева Д.

ПОВЕСТКА ДНЯ:

2. Обсуждение обновленных образовательных программ на 2023-24 учебный год

2. По второму вопросу

СЛУШАЛИ: председателя КОК-УМБ ФЛУ Мусаеву Г.С., об обсуждении обновленных образовательных программ.

ВЫСТУПИЛИ: заведующая кафедрой «ЛиМТ» Кенжебаева Г.Ж., заведующая кафедрой «ОПЭТ» Биттилеуова З.К., ответственные за комитет «Разработка, мониторинг и контроль образовательных программ» по своим кафедрам. В настоящее время кафедрой ведется активная работа по обновлению и актуализации. Образовательных программ «Транспортная логистика», «Цифровая логистика», «Управление услугами в отрасли», на основании обновленных Профессиональных стандартов. Проведен сравнительный анализ казахстанского и международного опыта проектирования и реализации ОП.

ВЫСТУПИЛ: Начальник отдела "Управление проектами" ТОО "НИИТК" Суванбаева Ф. Г. на сегодня любое коммерческое предприятие заинтересована в грамотных специалистах, имеющих хороший уровень подготовки и знаний в области планирования, организации и контроля за движением грузов по видам транспорта.

Вносим предложения о внесении в РУП бакалавриата следующие дисциплины, раскрывающие потребность работодателей такие как: «Электронные сервисы в управлении производственной логистики и распределения», «Контейнерные перевозки и технологии», «Цифровые технологии в управлении цепями поставок»..

ВЫСТУПИЛ: Специалист по работе с клиентами по жд перевозкам ТОО «СМА CGM Logistics Central Asia» Коржумбаева С.Т., предложила в силу специфики организаций работодателей отразить в объектах профессиональной деятельности следующее: скорректировать

описание дисциплин компонентов по выбору, дать четкость понимания дисциплины, какие компетенции необходимо изучить обучающимся, чем должен владеть, знать и уметь делать.

ВЫСТУПИЛА: к.т.н., ассоц профессор кафедры «ОПЭТ» Вахитова Л.В., которая предложила увеличить количество кредитов по профилирующим дисциплинам, тем самым укрупнить дисциплины, связать несколько дисциплин которые позволили бы последовательно изучить все в одной дисциплине

ВЫСТУПИЛА: профессор кафедры «ЛМТ» Мусалиева Р.Д. о необходимости включить в изучение дисциплин программный продукт AUTOCAD проектировать и масштабировать свои знания на производстве.

По ОП 6В11330 – Транспортная логистика: Электронные сервисы в управлении производственной логистики и распределения, Контейнерные перевозки и технологии, Цифровые технологии в управлении цепями поставок.

По ОП 6В11333-Цифровая логистика: Информационные системы и управления цепями поставок, Системы искусственного интеллекта в логистике.

По ОП 6В11368 - Международная логистика;

По ОП 6В04142-Экономика и менеджмент (по отраслям): Математика для бизнеса и экономики, Международный бизнес;

По ОП 6В11328– Управление услугами в отрасли: Управление бизнес процессами;

По ОП 6В 04144 - Электронная коммерция: Нейромаркетинг;

По ОП 6В 04125 - Маркетинг и бизнес аналитика: (Web программирование);

По ОП 7М04166-Экономика и менеджмент (профильная - 1,5) и научно-педагогическая - 2 года): Финансовый менеджмент;

По ОП 7М04166- Маркетинг и бизнес аналитика: Управленческий консалтинг;

По ОП 7М04167 – Экономика и менеджмент (научно-педагогическая): Управление данными, Риск менеджмент

По ОП 7М04170 - ЕМВА (Деловое администрирование): правовая среда бизнеса;

По ОП 7М04171 - МВА (Деловое администрирование в логистике): Моделирование и прогнозирование логистических процессов в цепях поставок, Моделирование сетей распределения и управление заказами (e-Fulfilment), Локальные информационные системы (WMS/TMS) поддержки операционной логистики.

7М11374 - Управление цепями поставок: Моделирование и оптимизация логистических бизнес-процессов, Цифровая трансформация в цепях поставок, Интегрированное планирование и прогнозирование цепей поставок с применением Big Data и цифровых технологий, Экономический анализ управления цепями поставок.

ВЫСТУПИЛА: PhD, ассистент профессор кафедры «ОПЭТ» Бекмагамбетова Л.К, которая рассказала о сравнительном анализе казахстанского и международного опыта проектирования и реализации ОП, по результатам было выявлено, что:

- Naming ОП не в полной мере соответствуют международной практике, что влияет на продвижение в международных рейтингах (QS by subject /THE by subject и др.)

- Количество дисциплин превышает почти в 2 раза: вузы РК - 65-70; ведущие зарубежные вузы: 30-35

- Объем дисциплин составляет 2-5 академических кредитов, в ведущих зарубежных вузах - 10-20 академических кредитов

В связи с этим главный упор делается на уменьшение количества дисциплин путем их объединения в количестве 6 и 9 кредитов. Также уделяется особое внимание на формулировки описания дисциплин и результатов обучения.

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Предоставить новые образовательные программы по бакалавриату и магистратуре для рассмотрения и утверждения на Совете института «Логистика и управление».

2. Утвердить предложенные дисциплины работодателями внести Учебный план бакалавриата и магистратуры.

3. Учесть и внести в syllabus дисциплин проводимые в практических и лабораторных занятиях программный продукт AUTOCAD.

Председатель КОК УМБ

Мусаева Г.С.

Секретарь

Урсарова А.К.

14. APPROVAL SHEET

[illegible]

15. CHANGE REGISTRATION SHEET

[illegible]