

Акционерное общество «Академия логистики и транспорта»



УТВЕРЖДЕНО
решением УС АЛТ от
(Протокол № 13)
Президент-Ректор
Амиргалиева С.Н.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Наименование: 6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика

Уровень подготовки: Бакалавриат

Код и классификация направлений подготовки: 6В041 – Бизнес и управление

Код и группа образовательных программ: В047 – Маркетинг и реклама

Дата регистрации в Реестре: 23.06.2023

Регистрационный номер: 6В04100701

Алматы, 2023 г.

1. СВЕДЕНИЯ О РАССМОТРЕНИИ, СОГЛАСОВАНИИ И УТВЕРЖДЕНИИ ПРОГРАММЫ, РАЗРАБОТЧИКАХ, ЭКСПЕРТАХ И РЕЦЕНЗЕНТАХ
1 РАЗРАБОТАНО:

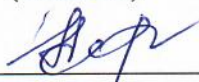
Ассистент-профессор, к.э.н.



Ахметжанова А.Х.

(подпись)

Ассистент-профессор, к.э.н.



Сугурова А.Ж.

(подпись)

Ассистент преподаватель



Игенбаева Ш.А.

(подпись)

2 ЭКСПЕРТЫ:

Главный специалист отдела «Смет и ПОС» ТОО НИИ ТК



Тарасова М.А.

(подпись)

3 РЕЦЕНЗЕНТ:

доктор PhD, зав.кафедрой «Маркетинг и менеджмент» МТГУ



Мылтыкбаева А.Т.

(подпись)

4 РАССМОТРЕНО И РЕКОМЕНДОВАНО:

Заседание АК «Логистика и менеджмент на транспорте»
(Протокол № 6а, «28» февраля 2023г)



Мусалиева Р.Д.

(подпись)

Заседание КОК-УМБ «Логистика и управление»
(Протокол № 4, «28» февраля 2023г)



Калтаев А.К.

(подпись)

Заседание УМС
(Протокол № 4а, «29» марта 2023г)



Жармагамбетова М.С.

(подпись)

5 УТВЕРЖДЕНО решением Ученого Совета от «30» марта 2023г. № 13

6 ВВЕДЕНО впервые

СОДЕРЖАНИЕ

1. Сведения о рассмотрении, согласовании и утверждении программы, разработчиках и экспертах	3
2. Нормативные ссылки	4
3. Паспорт образовательной программы	5
4. Компетентностная модель выпускника	6
5. Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами/модулями	9
6. Структура образовательной программы бакалавриата	11
7. Рабочий учебный план на весь срок обучения	12
8. Каталог дисциплин вузовского компонента	14
9. Каталог дисциплин компонента по выбору	18
10. Экспертные заключения	23
11. Заключение рецензента	25
12. Рекомендательные письма	26
13. Протоколы рассмотрения и утверждения	27
14. Лист согласования	33
15. Лист регистрации изменений	34

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

Образовательная программа разработана на основании следующих нормативно-правовых актов и профессиональных стандартов:

1. Закон Республики Казахстан «Об образовании» от 27 июля 2007 года № 319-III (с изменениями и дополнениями по состоянию на 27 марта 2023 года).

2. Национальная рамка квалификаций, утвержденная протоколом от 16 марта 2016 года Республиканской трехсторонней комиссией по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений.

3. Отраслевая рамка квалификаций сферы «Образование», утвержденная Протоколом заседания отраслевой комиссии Министерства образования и науки Республики Казахстан по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений в сфере образования и науки от 27 ноября 2019 года № 3.

4. Государственный общеобязательный стандарт высшего образования (приказ Министра науки и высшего образования Республики Казахстан от 20 февраля 2023 года № 66).

5. Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденный приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 12 августа 2022 года № 309.

6. Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения в организациях высшего и (или) послевузовского образования, утвержденные Приказом Министра МОН РК № 152 от 20.04.2011 г. (с дополнениями и изменениями от 04 апреля 2023 № 145).

7. Классификатор направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием, утвержденный приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 октября 2018 года № 569 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 05 июня 2020 года).

8. Алгоритм включения и исключения образовательных программ в Реестр образовательных программ высшего и послевузовского образования, утвержденный Приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 4 декабря 2018 года № 665 (с дополнениями и изменениями по состоянию на 23 декабря 2020 года № 536).

9. РИ-АЛТ-33 «Положение о порядке разработки образовательной программы высшего и послевузовского образования».

10. Профессиональный стандарт: «Деятельность в сфере анализа рынков», утвержденный приказом НПП РК «Атамекен» от 26.12.2019 г. №263

3. ПАСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

№	Название поля	Описание
1.	Регистрационный номер	6B04100701
2.	Код и классификация области образования	6B04 – Бизнес, управление и право
3.	Код и классификация направлений подготовки	6B041-Бизнес и управление
4.	Код и группа образовательных программ	B047– Маркетинг и реклама
5.	Наименование образовательной программы	6B04125 Маркетинг и бизнес аналитика
6.	Вид ОП	Новая
7.	Цель ОП	Подготовка специалиста, владеющего практическими навыками организации и проведения маркетингового анализа рынка, определять основные тенденции рынка, способного к саморазвитию и востребованного на рынке труда
8.	Уровень по МСКО	6
9.	Уровень по НРК	6
10.	Уровень по ОРК	6
11.	Отличительные особенности ОП	Нет
12.	ВУЗ-партнер (СОП)	-
13.	ВУЗ-партнер (ДДОП)	-
14.	Форма обучения	Очная, очная с применением ДОТ
15.	Язык обучения	Казахский, русский
16.	Объем кредитов	241
17.	Присуждаемая академическая степень	Бакалавр бизнеса и управления по образовательной программе «6B04125 Маркетинг и бизнес аналитика»
18.	Наличие приложения к лицензии на направление подготовки кадров	№KZ12LAA00025205 до 29.06.2028
19.	Наличие аккредитации ОП	
20.	Наименование аккредитационного органа	
21.	Срок действия аккредитации	

4. КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ВЫПУСКНИКА

Задачи образовательной программы:

1. Формирование способной к самосовершенствованию и профессиональному росту личности с разносторонними гуманитарными и естественно-научными знаниями и интересами.
2. Формирование способности критически переосмысливать накопленный опыт, совершенствовать профиль своей профессиональной деятельности, осознания социальной значимости своей будущей профессии, обладания высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.
3. Получение знаний и практического опыта, необходимых для начала профессиональной деятельности.
4. Достижение выпускниками планируемых результатов обучения, становление и развитие личности обучающихся, обеспечение соответствия образовательной программы требованиям ГОСО РК.
5. Приобретение навыков сбора и анализа данных, прогнозирования спроса, оптимизации маркетинговых стратегий, сегментации аудитории и персонализации, принятие решений на основе данных.
6. Выработка умения извлекать и использовать нужную информацию из всевозможных источников, анализировать ее для прогнозирования будущих тенденций в отрасли и разрабатывать стратегии для адаптации к изменениям в рыночной среде.
7. Обучение методам исследования больших массивов данных, использование методов анализа для выявления слабых мест в деятельности компании и определять способы их улучшения.

Результаты обучения:

PO1 - Применять навыки мировоззренческой, гражданской и нравственной позиций в профессиональной деятельности на основе знаний информационно-коммуникационных технологий, правил поведения при чрезвычайных ситуациях, охраны труда и ориентации на здоровый образ жизни.

PO2 - Применять аналитические инструменты для составления отчетов и выработки маркетинговой стратегии по развитию компании.

PO3 – Использовать умение работать с базами данных для их анализа, поиска закономерностей, определения рисков и формирования выводов.

PO4 – Составлять детализированный обзор рынка (ов) по заданным категориям с учетом оценки объемов.

PO5 - Организовать рекламные, аналитические сервисы цифровой среды для продвижения продукции, бренда или торговой марки.

PO6 - Осуществлять анализ конкурентной среды для определения конкурентных преимуществ, прогноза изменения цен на продукцию, поведение потребителей.

PO7 - Внедрять новую продукцию от идеи до успешных продаж с использованием таргетированной рекламы на разных интернет-платформах.

PO8 – Проводить маркетинговые исследования рынка на основе разработки технического задания для внедрения маркетинговой стратегии, рекламных кампаний, управления продажами и др.

PO9 – Оптимизировать бюджет для экономии средств на рекламу без снижения ее эффективности на основе навыков построения математических моделей.

PO10 – Создавать визуализацию витрины данных для упрощения восприятия информации.

PO11 – Оформлять документацию для формирования отчетности, пояснительных записок.

PO12 - Использовать нормативно-правовое законодательство в процессе маркетинговой

деятельности, проведения рекламы, реализации конкурентных стратегий, принятия управленческих решений.

Область профессиональной деятельности: экономические, маркетинговые, производственно-экономические и аналитические службы организаций различных отраслей национальной экономики, сфер и форм собственности.

Объекты профессиональной деятельности: предприятия отраслей национальной экономики различных организационно-правовых форм их структурные, производственные и функциональные подразделения, проектные организации, научно-исследовательские учреждения, консалтинговые компании, коммерческие организации и др.

Виды профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- сбытовая;
- консультационная;
- предпринимательская;
- научно-исследовательская.

Функции профессиональной деятельности:

- 1) осуществлять мониторинг рынка конкурентов, проводить маркетинговые исследования, исследовать перспективные рынки сбыта, формировать итоговую отчетность, а также непосредственное участие в формировании маркетинговой политики компании;
- 2) организация маркетинговых исследований и анализ полученных результатов;
- 3) расчет прогнозных значений ключевых индикаторов, определяющих маркетинговую деятельность компании;
- 4) формирование плана маркетинговых мероприятий, направленных на достижение ключевых стратегических целевых индикаторов и улучшение существующих;
- 5) осуществлять разработку плана проведения маркетинговых исследований, координировать вопросы его реализации, производить анализ полученных результатов.

Перечень должностей специалиста:

Аналитик-маркетолог, специалист по маркетингу, бизнес-консультант, бренд-менеджер, экономист по планированию, экономист по сбыту, менеджер по рекламе, менеджер производственно-экономического отдела, по работе с договорами, сбыту, материально-техническому снабжению, отдела планирования и продаж, специалист по проведению бизнес-анализа.

Профессиональные сертификаты, получаемые по окончании обучения: 1СБухгалтер.

Требования к предшествующему уровню образования: общее среднее, профессиональное, послесреднее, высшее образование (бакалавриат).

В процессе обучения обучающиеся проходят различные виды профессиональной практики:

- учебная;
- производственная;
- производственная (преддипломная).

Учебная практика.

Целью практики является, приобретение первичных профессиональных компетенций, включающих закрепление и углубление теоретических знаний, овладение навыками работы с первичными документами, ознакомление с организационной структурой организации, в том числе и в производственных условиях, подготовки студентов к более глубокому

изучению специальных дисциплин.

Производственная практика (1).

В период производственной практики обучающихся получает определённые практические знания, умения и навыки в области маркетинг и бизнес-аналитики.

Основными задачами производственной практики являются: закрепление теоретических знаний и выработки практических навыков на изученных ранее дисциплин базового и профилирующего циклов. Производственная практика для обучающихся является составной частью подготовки уровня бакалавриата и составляющей учебного процесса, позволяющая сориентироваться на рынке труда и найти себя в будущей профессии.

Преддипломная/производственная практика (2).

Содержание преддипломной/производственной практики определяется темой выпускной квалификационной работы. В период преддипломной/производственной практики обучающийся собирает фактический материал о производственной (профессиональной) деятельности предприятия (организации) и использует его при выполнении квалификационной работы.

Целью преддипломной/производственной практики для бакалавров является обеспечение взаимосвязи между теоретическими знаниями, полученными при усвоении выбранной образовательной программы и практической деятельностью. Задачами преддипломной/производственной практики являются закрепление и углубление теоретических знаний, полученных обучающимися в процессе обучения, сбор информации для написания выпускной квалификационной работы, изучение передового опыта на предприятии, а также приобретение опыта самостоятельной работы.

Итоговая аттестация позволяет выявить и оценить теоретическую подготовку обучающихся к решению профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности выпускников по образовательной программе «Маркетинг и бизнес-аналитика».

Комплексный экзамен включает ключевые и практически значимые вопросы по дисциплинам базового и профилирующего циклов. Выпускная квалификационная работа – дипломная работа (проект) – направлена на систематизацию, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков по выбранному направлению и применение их при решении конкретных научных, технических, экономических и производственных задач.

**5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ С УЧЕБНЫМИ
ДИСЦИПЛИНАМИ/МОДУЛЯМИ**

№	Наименование дисциплины	Кол-во кредитов	Матрица соотнесения результатов обучения по образовательной программе с учебными дисциплинами											
			PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8	PO9	PO10	PO11	PO12
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	История Казахстана	5	+											
2.	Философия	5	+											
3.	Иностранный язык	10	+											
4.	Казахский (Русский) язык	10	+											
5.	Информационно-коммуникационные технологии	5	+		+									
Модуль социально-политических знаний		8												
6.	Социология	2	+											
7.	Культурология	2	+											
8.	Политология	2	+											
9.	Психология	2	+											
10.	Физическая культура	8	+											
Модуль вузовского компонента по выбору ООД														
11.	Экология и БЖД	5	+											
12.	Методы научных исследований									+				
13.	Основы экономики и предпринимательства			+						+				
14.	Основы права и антикоррупционной культуры			+										
15.	Математика для бизнеса и экономики	9			+							+		
16.	Микроэкономика	9		+		+								
17.	Основы компьютерного моделирования	6	+				+					+		
18.	Практикум по предпринимательству	6		+						+				
19.	Экономическая география транспорта	6				+								
20.	Макроэкономика	6				+		+						
21.	Охрана труда	6	+											
22.	Финансы	6									+		+	
23.	Учебная практика	2	+	+	+	+								
24.	Поведение потребителей	9					+	+						
25.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности													+
26.	Эконометрика	6			+						+			
27.	Количественные методы в экономике				+			+						
28.	Основы бухгалтерского учета	6		+									+	
29.	Основы аудита			+										

30.	Базы данных и клиент-серверные приложения	6			+			+				+		
31.	Инженерная и компьютерная графика				+								+	
32.	Маркетинг	6		+				+	+					
33.	Нейромаркетинг						+	+	+					
34.	Менеджмент	9					+							+
35.	Бренд-менеджмент						+	+						
36.	Банковский маркетинг	9		+	+		+							
37.	Бизнес анализ рынка товаров и услуг	9		+	+	+								
38.	Стратегия и управление брендом	6					+	+			+			
39.	Маркетинговые исследования	6				+					+			+
40.	Ценообразование и тарифная политика в отрасли	6						+				+		
41.	Цифровой маркетинг и медиа	9					+			+				
42.	Производственная практика 1	3				+	+	+						
43.	Производственная практика 2	4						+	+	+				
44.	Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	6					+			+				
45.	Маркетинговые коммуникации					+		+				+		
46.	Мерчендайзинг и управление торговыми марками	6					+			+	+			
47.	Промышленный маркетинг				+				+			+		
48.	Стратегический маркетинг в сфере услуг	6			+			+						+
49.	Стратегический менеджмент в сфере услуг					+					+			
50.	Практический маркетинг (минор)	3			+							+		
51.	Оптово-розничная торговля (минор)	3				+	+			+				+
52.	Реклама товаров и услуг (минор)	3					+			+				+
53.	Основы компьютеризации бухгалтерского учета (минор)	3	+									+		+
54.	Бухгалтерский учет и аудит (минор)	3										+		+
55.	1С Бухгалтерия (минор)	3										+		+
56.	Итоговая аттестация	8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

№ п/п	Наименование циклов дисциплин	Общая трудоемкость	
		в академи- ческих часах	в академических кредитах
1	Цикл общеобразовательные дисциплины (ООД)	1680	56
1)	Обязательный компонент	1530	51
	История Казахстана	150	5
	Философия	150	5
	Иностранный язык	300	10
	Казахский (Русский) язык	300	10
	Информационно-коммуникационные технологии	150	5
	Модуль социально-политических знаний (социология, политология, культурология, психология)	240	8
	Физическая культура	240	8
2)	Вузовский компонент и (или) компонент по выбору	150	5
2	Цикл базовых и профилирующих дисциплин (БД, ПД)	не менее 5280	не менее 176
1)	Вузовский компонент и (или) компонент по выбору		
2)	Профессиональная практика		
3	Дополнительные виды обучения (ДВО)		
1)	Компонент по выбору		
4	Итоговая аттестация	не менее 240	не менее 8
	Итого	не менее 7200	не менее 240

Форма обучения: очная

АО "Академия логистики и транспорта"
УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Направление подготовки: 6В041 - Бизнес и управление



Срок обучения: 4 года

Группа образовательных программ: В047 Маркетинг

Наименование образовательной программы:
6В04125- Маркетинг и бизнес-аналитика

Степень: бакалавр бизнеса и управления

Прием: 2023 год

№	Код дисциплины	Наименование циклов и дисциплин	Общая трудоемкость		Форма контроля, семестр		Объем учебной нагрузки, контактные часы					Распределение по семестрам								Закрепление за кафедрой			
			в академических часах	в академических кредитах	Экзамен	КП (КР)	Всего часов	Аудиторные			СРО		1 курс		2 курс		3 курс		4 курс				
								лекции	практические	лабораторные	СРОП	СРО	1 сем. 15 нед.	2 сем. 15 нед.	3 сем. 15 нед.	4 сем. 15 нед.	5 сем. 15 нед.	6 сем. 15 нед.	7 сем. 15 нед.		8 сем. 15 нед.	9 сем. 8 нед.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
ЦИКЛ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (ООД)																							
1.1.	Обязательный компонент		1530	51			1530	120	359	15	112	924	16	21	12	2	0	0	0	0	0	0	
1.1.1.	23-0-В-ОК-ИК	История Казахстана	150	5	2		150	30	15		8	97		5								СГДиФВ	
1.1.2.	23-0-В-ОК-Fil	Философия	150	5	3		150	30	15		8	97			5							СГДиФВ	
1.1.3.	23-0-В-ОК-ГҮа	Иностранный язык	300	10	1,2		300		90		16	194	5	5								ЯП	
1.1.4.	23-0-В-ОК-К(Җ)Үа	Казахский (Русский) язык	300	10	1,2		300		90		16	194	5	5								ЯП	
1.1.5.	23-0-В-ОК-ИКТ	Информационно-коммуникационные технологии	150	5	3		150	30		15	8	97			5							ИКТ	
1.1.6.	23-0-В-ОК-Sotz	Модуль социально-политических знаний Социология	240	8	1,2		240	7	15		8	27	4										СГДиФВ
	23-0-В-ОК-Kul	Культурология						8	15		8	32											
	23-0-В-ОК-Pol	Политология						7	15		8	27											
	23-0-В-ОК-Psi	Психология						8	15		8	32											
1.1.7.	23-0-В-ОК-FK	Физическая культура	240	8	1,2,3,4		240		89		24	127	2	2	2	2						СГДиФВ	
1.2.	Компонент по выбору		150	5			150	30	15	0	8	97	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1.2.1.	Модуль вузовского компонента по выбору ООД		150	5	1		150	30	15	0	8	97	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	АТСиБЖ Д
	23-0-В-KV-OEBGD	Экология и БЖД																					
	23-0-В-KV-MNI	Методы научных исследований																					
	23-0-В-KV-OEiP	Основы экономики и предпринимательства																					
	23-0-В-KV-OPAK	Основы права и антикоррупционной культуры																				ЛМТ	
		СГДиФВ																				СГДиФВ	
ВСЕГО ПО ЦИКЛУ ООД			1680	56			1680	150	374	15	120	1021	21	21	12	2	0	0	0	0	0	0	
ЦИКЛ БАЗОВЫХ ДИСЦИПЛИН (БД)																							
2.1.	Вузовский компонент		1680	56			1620	270	255	15	64	1016	9	9	6	20	12	0	0	0	0	0	
2.1.1.	23-42/25-В-VK-Mbe	Математика для бизнеса и экономики	270	9	1		270	45	45		8	172	9									ОИ	
2.1.2.	23-42/25-В-VK-Mik	Микроэкономика	270	9	2		270	45	45		8	172		9								ЛМТ	
2.1.3.	23-25-В-VK-OKM	Основы компьютерного моделирования	180	6	3		180	30	30		8	112			6							ИКТ	
2.1.4.	23-42/25-В-VK-PpP	Практикум по предпринимательству	180	6	4		180	30	30		8	112			6							ЛМТ	
2.1.5.	23-0-В-EGT	Экономическая география транспорта	180	6	4		180	30	30		8	112			6							ЛМТ	
2.1.6.	23-42/25-В-VK-Mak	Макроэкономика	180	6	4		180	30	30		8	112			6							ЛМТ	
2.1.7.	23-0-В-VK-OT	Охрана труда	180	6	5		180	30	15	15	8	112					6					АТСиБЖ Д	
2.1.8.	23-42/25-В-VK-Fin	Финансы	180	6	5		180	30	30		8	112					6					ЛМТ	
2.1.9.	23-0-В-KV-Upr	Учебная практика	60	2	4										2							ЛМТ	
2.2.	Компонент по выбору		1170	39			1170	195	195	0	48	732	0	0	12	9	12	6	0	0	0	0	
2.2.1.	23-25-В-VK-PP	Поведение потребителей	180	6	5		180	30	30		8	112			6							ЛМТ	
	23-25-В-KV-Pmnd	Правовое регулирование маркетинговой деятельности																					
2.2.2.	23-42/25-В-KV-Eko	Эконометрика	270	9	6		270	45	45		8	172			6							ЛМТ	
	23-42/25-В-KV-KME	Количественные методы в экономике																					
2.2.3.	23-42/25-В-KV-OBU	Основы бухгалтерского учета	180	6	4		180	30	30		8	112			9							ЛМТ	
	23-42/25-В-KV-OA	Основы аудита																					
2.2.4.	23-25-В-VK-BDCS	Базы данных и клиент-серверные приложения	180	6	5		180	30	30		8	112				6						ИКТ	
	23-25-В-KV-ICG	Инженерная и компьютерная графика																					
2.2.5.	23-42/25-В-KV-Mar	Маркетинг	180	6	5		180	30	30		8	112				6						ЛМТ	
	23-42/25-В-KV-Nei	Нейромаркетинг																					
2.2.6.	23-42/25-В-KV-Men	Менеджмент	180	6	5		180	30	30		8	112				6						ЛМТ	
	23-42/25-В-KV-Vmen	Бренд-менеджмент																					
ВСЕГО ПО ЦИКЛУ БД			2850	95			2790	465	450	15	112	1748	9	9	18	29	24	6	0	0	0	0	

3		ЦИКЛ ПРОФИЛИРУЮЩИХ ДИСЦИПЛИН (ПД)																			
3.1.	Вузовский компонент	1650	55			1650	225	255	0	48	912	0	0	0	0	0	21	21	9	4	
3.1.1.	23-25-B-VK-BM Банковский маркетинг	270	9	6		270	30	60		8	172						9				ЛМТ
3.1.2.	23-25-B-VK-BARTU Бизнес анализ рынка товаров и услуг	270	9	6		270	45	45		8	172						9				ЛМТ
3.1.3.	23-25-B-VK-SUB Стратегия и управление брендом	180	6	7		180	30	30		8	112							6			ЛМТ
3.1.4.	23-25-B-VK-MI Маркетинговые исследования	270	9	7		270	45	45		8	172						9				ЛМТ
3.1.5.	23-42/25-B-VK-СТР Ценообразование и тарифная политика в отрасли	180	6	7		180	30	30		8	112							6			ЛМТ
3.1.6.	23-25-B-VK-CMM Цифровой маркетинг и медиа	270	9	8		270	45	45		8	172								9		ЛМТ
3.1.7.	23-0-B-VK-PPr1 Производственная практика 1	90	3	6		90											3				ЛМТ
3.1.8.	23-0-B-VK-PPr2 Производственная практика 2	120	4	9		120														4	ЛМТ
3.2.	Компонент по выбору	540	18			540	120	120	0	24	276	0	0	0	0	0	6	0	6	6	0
3.2.1.	23-25-B-KV-CMMS Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	180	6	5		180	30	30		8	112						6				ЛМТ
	23-25-B-KV-MC Маркетинговые коммуникации																				
3.2.2.	23-25-B-KV-MUTM Мерчендайзинг и управление торговыми марками	180	6	7		180	45	45		8	82							6			ЛМТ
	23-25-B-KV-PM Промышленный маркетинг																				
3.2.3.	23-28/25-B-KV-SMU Стратегический маркетинг в сфере услуг	180	6	8		180	45	45		8	82								6		ЛМТ
	23-28/42/25-B-KV-Smen Стратегический менеджмент в сфере услуг																				
Минорная программа 1 "Управление продажами"																					
7	23-0-B-TP Практический маркетинг	90	3	5		90	15	30		8	37						3				ЛМТ
	23-0-HRM Оптовая-розничная торговля	90	3	6		90	15	30		8	37							3			ЛМТ
	23-0-B-UPVP Реклама товаров и услуг	90	3	7		90	15	30		8	37								3		ЛМТ
Минорная программа 2 "ГСБухгалтерия"																					
6	23-0-B-OKBU Основы компьютеризации бухгалтерского учета	90	3	5		90	15	30		8	37						3				ЛМТ
	23-0-B-BUA Бухгалтерский учет и аудит	90	3	6		90	15	30		8	37							3			ЛМТ
	23-0-B-ICB ГСБухгалтерия	90	3	7		90	15	30		8	37								3		ЛМТ
Компонент по минору		270	9	18	0	270	45	90	0	24	111	0	0	0	0	0	3	3	3	0	0
ВСЕГО ПО ЦИКЛУ ПД		2190	73			2190	345	375	0	72	1188	0	0	0	0	6	21	27	15	4	
Итого по теоретическому обучению:		6990	233	18	0	6930	1005	1289	30	328	4068	30	30	30	31	33	30	30	15	4	
4	23-0-B-VK-IA ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	240	8																	8	ЛМТ
ИТОГО ЗА ВЕСЬ ПЕРИОД ОБУЧЕНИЯ		7230	241	18	0	6930	1005	1289	30	328	4068	30	30	30	31	33	30	30	15	12	
Дополнительные виды обучения:																					
5	23-0-B-V Волонтерство	30	1	1		30		10		8	12	1									ЛМТ

Согласовано:

Проректор по АД _____ Жармагамбетова М.С.

Директор ДАПК _____ Липская М.А.

Разработано:

Директор института "ЛиУ" _____ А.К. Калтаев

Заведующий кафедрой "Логистика и менеджмент на транспорте" _____ Мусалиева Р.Д.

8. КАТАЛОГ ДИСЦИПЛИН ВУЗОВСКОГО КОМПОНЕНТА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ **6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика**

Уровень образования: бакалавриат

Срок обучения: 4 года

Год приема: 2023 г.

Цикл	Компонент	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость		Семестр	Результаты обучения	Краткое описание дисциплины	Пререквизиты	Постреквизиты
			в академических часах	в академических кредитах					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
БД	ВК	Математика для бизнеса и экономики	270	9	1	РО3, РО6	Изучается природа математической экономики, экономические модели, типы моделей (визуальные модели, математические модели, эмпирические модели и имитационные модели), статические и динамические модели, анализ равновесия в экономике с использованием различных математических моделей и их оптимизация, правило Крамера, дифференцирование и их применение в сравнительной статике, ряд Тейлора, экспоненциальные и логарифмические функции. Активные методы обучения: кейс-методы; деловые ролевые игры, групповая работа.	Дисциплины школьного компонента	Микроэкономика, Макроэкономика, Эконометрика, Количественные методы в экономике
БД	ВК	Микроэкономика	270	9	2	РО3, РО6	Направлена на изучение теоретических и практических основ анализа экономических явлений и процессов на микроуровне, формирование экономического образа мышления тесно увязанным с эффективным использованием ограниченных ресурсов, принятия решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора. В процессе изучения используется программа Excel для расчета, анализа, прогнозирования спроса и предложения на продукцию, построение диаграмм, таблиц, решения задач. Активные методы обучения: игровое проектирование, кейс-задачи	Математика для бизнеса и экономики, Методы научных исследований	Макроэкономика, Финансы, Эконометрика, Количественные методы в экономике, Бизнес анализ рынка товаров и услуг, Поведение потребителей
БД	ВК	Основы компьютерного моделирования	180	6	3	РО1, РО3, РО5	Изучаются основные понятия теории компьютерного моделирования, использование математического и логистического аппарата для проектирования моделей в маркетинге, работа современных систем моделирования в маркетинговой деятельности. В процессе изучения используются инструментальные средства моделирования: электронные таблицы Excel, и их использование в процессе проведения маркетинговых исследований и анализа рынка, система имитационного моделирования GPSS	Дисциплины школьного компонента	Базы данных и клиент-серверные приложения, Инженерная и компьютерная графика, Нейромаркетинг, Контент маркетинг и маркетинг в

БД	БК	180	6	4	Р05, Р07, Р011	World, система планирования корпоративных ресурсов SAP ERP и др. Формирование у обучающегося аналитического и творческого мышления на основе изучения процесса развития бизнеса, выявления рыночных возможностей, анализа конкурентной среды и выявления возможностей успеха предпринимательских проектов. Научить организации процесса поиска, оценки и выбора бизнес-идеи на основе результатов маркетинговых исследований; составление бизнес-модели; составление финансовой модели. Предусмотрены гостевые лекции успешных бизнесменов, участие в конкурсах по реализации научных проектов	Основы экономики и предпринимательства	Маркетинг, Стратегия и управление брендом, Мерчандайзинг и управление торговыми марками, Стратегический менеджмент в сфере услуг	социальных сетях
БД	БК	180	6	4	Р06, Р011	Дать представление о географических особенностях и логистических системах, которые помогут маркетологу понять маршруты используются для доставки товаров, как они охватывают географические объекты различных регионов. Рассматриваются вопросы распределения товаров и выбора наиболее эффективных путей доставки, на основе анализа выявлять различные географические границы и определять, где есть потенциал для развития бизнеса. В процессе изучения используются активные формы обучения: деловые игры, решение транспортнх задач с использованием Excel программы.	Дисциплины школьного компонента	Маркетинг, Бизнес анализ рынка товаров и услуг, Маркетинговые исследования в логистике, Отгово-розничная торговля, Промышленный маркетинг	
БД	БК	180	6	4	Р06, Р011	Изучает поведение национальной экономики, как единого целого с точки зрения ее устойчивого развития, оптимального сочетания занятых ресурсов с целью их рационального использования, исследование эффективных механизмов по регулированию уровня инфляции, приобретение практических навыков анализа и интерпретации показателей, характеризующих социально-экономические процессы на макроуровне, понимание подходов государственного регулирования экономики. Активные методы обучения: игровое проектирование, кейс-задачи.	Математика для бизнеса и экономики, Микроэкономика, Эконометрика, Количественные методы в экономике	Финансы, Банковский маркетинг, Ценообразование и тарифная политика в отрасли	
БД	БК	180	6	5	Р04	Подготовка специалистов по вопросам теоретических и практических основ безопасности, безвредности и облегчения условий труда при его максимальной производительности, по вопросам законодательной и нормативно правовой базы в области охраны труда.	Экология и БЖД, Правовое регулирование маркетинговой деятельности	Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг	
БД	БК	180	6	5	Р09, Р012	Исследуются теорию сущности финансов и кредита в экономической системе, необходимость и роль денег в хозяйственном обороте, роль и принципы построения финансовой системы на уровне предприятия, так и на уровне государства. Анализируется структура бюджетной системы РК, особенности налогообложения в Казахстане, тенденции развития страховой рынок Казахстана. В программе предусмотрены гостевые лекции с представителями банковской и страховой сферы.	Микроэкономика, Макроэкономика, Эконометрика, Количественные методы в экономике	Менеджмент, Бренд-менеджмент, Ценообразование и тарифная политика в отрасли, Стратегия и управление брендом	
ПД	БК	270	9	6	Р08, Р09,	Направлена на изучение теоретических знаний о банковском маркетинге, процесса разработки и внедрения различных маркетинговых стратегий по	Маркетинг, Нейромаркетинг,	Стратегия и управление брендом,	

							определению рыночной ниши, выбора сбытовой и коммуникационной политики, поиска эффективных инструментов по продвижению банковских продуктов и услуг, сбор маркетинговой информации и ее анализ. В процессе изучения используются компьютерные программы для расчета, анализа и прогнозирования спроса и предложения на продукцию, построения диаграмм, таблиц, решение задач.		РО12	Цифровой маркетинг и медиа, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг	Базы данных и клиент-серверные приложения, Поведение потребителей, Правовое регулирование маркетинговой деятельности	Цифровой маркетинг и медиа, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг
ПД	ВК	Бизнес анализ рынка товаров и услуг	270	9	6	РО5, РО9, РО12	Формирует навыки основ бизнес-анализа и исследования рынка товаров и услуг, понимание основных его направлений, использование внутренней и внешней информации, различных методов при исследовании и прогнозировании развития рынка, осуществлении сбора, обработки данных для выявления проблем бизнеса и решений вопросов по его росту. В процессе изучения используются компьютерные программы.		РО5, РО9, РО12	Микроэкономика, Экономическая география транспорта, Эконометрика, Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	Стратегия и управление брендом, Маркетинговые исследования в логистике, Ценообразование и тарифная политика в отрасли	
ПД	ВК	Стратегия и управление брендом	180	6	7	РО6, РО10	Основная цель изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и значения брендирувания в деятельности компании, необходимости профессионального управления брендов в современном конкурентном окружении на всех уровнях управления бизнеса, критически оценивать стратегию бренда и проводить оценку оптимизации процесса разработки бренда, повышать конкурентоспособность компании. В процессе изучения используются компьютерные программы		РО6, РО10	Банковский маркетинг, Бизнес рынка товаров и услуг, Менеджмент, Бренд-менеджмент, Маркетинговые коммуникации	Цифровой маркетинг и медиа, Стратегический маркетинг в сфере услуг	
ПД	ВК	Маркетинговые исследования	180	6	7	РО10, РО11, РО12	Изучаются различные методы сбора и анализа данных при проведении маркетинговых исследований. Это включает в себя использование опросов, фокус-групп, наблюдение за пользователями, анализ данных из различных сетей и других источников информации, также ход планирования и проведения исследований. Рассматриваются методы анализа конкурентной среды и определение конкурентных преимуществ. В процессе изучения используются активные методы обучения: игровое проектирование, проведение маркетинговых исследований на транспорте.		РО10, РО11, РО12	Экономическая география транспорта, Бизнес анализ рынка товаров и услуг, Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	Цифровой маркетинг и медиа, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг	
ПД	ВК	Ценообразование и тарифная политика в отрасли	180	6	7	РО9, РО11, РО12	Основная цель изучение различных зависимостей, влияющих на процесс ценообразования и тарифной политики, таких как потенциальное производство, конкурентная ситуация на рынке, спрос и предложение, законодательные и регулирующие ограничения, а также психологические аспекты потребительского поведения. Исследуются стратегии ценообразования. В процессе обучения проводится практический анализ рынка (транспортная отрасль) и оценивается влияние различных факторов на ценообразование для принятия обоснованных решений по вопросам разработки тарифной политики.		РО9, РО11, РО12	Макроэкономика, Финансы, Бизнес анализ рынка товаров и услуг	Цифровой маркетинг и медиа, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг	

ПД	ВК	Цифровой маркетинг и медиа	270	9	8	РО6, РО11, РО12	<p>Сформировать способность использования рекламных и аналитических сервисов цифровой среды в целях решения маркетинговых задач, применять различные инструменты цифрового маркетинга, выстраивать отношения с подрядчиками услуг по цифровому маркетингу, настраивать различные системы рекламы и веб-аналитики, разработки стратегии и выбора каналов цифровых коммуникаций, методов исследований медиапредпочтений и медиаповедения потребителей в интернет-среде. В процессе изучения используются компьютерные программы.</p>	<p>Банковский маркетинг, Стратегия и управление брендом, Маркетинговые исследования, Ценообразование и тарифная политика в отрасли, Базы данных и клиент-серверные приложения, Маркетинговые коммуникации</p>	Итоговая аттестация
----	----	----------------------------	-----	---	---	-----------------	--	---	---------------------

9. КАТАЛОГ ДИСЦИПЛИН КОМПОНЕНТА ПО ВЫБОРУ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика

Уровень образования: бакалавриат

Срок обучения: 4 года

Год приема: 2023 г.

Цикл	Компонент	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость		Семестр	Результаты обучения	Краткое описание дисциплины	Пререквизиты	Постреквизиты
			в академических	в академических					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ООД	КВ	Методы научных исследований	150	5	1	PO5, PO11	Получение студентами теоретических и прикладных знаний по методам научного исследования проблем в изучаемой области, подготовка специалистов, имеющих навыки познавательной деятельности в сфере науки, формирование глубоких представлений о содержании научной деятельности, её методах и формах знания.	Дисциплины школьного компонента	Поведение потребителей, Микроэкономика, Экономстрика, Количественные методы в экономике
ООД	КВ	Основы права и антикоррупционной культуры				PO2, PO7	Повышение общественного и индивидуального правосознания и правовой культуры студентов, а также формирование системы знаний и гражданской позиции по противодействию коррупции как антисоциальному явлению. В результате изучения курса обучающиеся должны освоить фундаментальные понятия права, конституционное устройство государственной власти Республики Казахстан, права и свободы граждан, закрепленные в Конституции, механизм и защиту законных интересов человека в случае их нарушения.	Дисциплины школьного компонента	Правовое регулирование маркетинговой деятельности, Основы аудита
ООД	КВ	Экология и БЖД				PO4	Изучение основных экологических понятий, экологических проблем и подходов к их решению, источников и видов загрязнения окружающей среды предприятиями, принципов нормирования качества атмосферного воздуха и воды, основных положений законодательства в различных областях, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, их причин, способов профилактики и защиты.		Охрана труда
ООД	КВ	Основы экономики и предпринимательства				PO6, PO7	Формирование навыков аналитического мышления по экономическим вопросам, уметь самостоятельно делать выводы на основе изучаемого материала, ориентироваться в любых экономических ситуациях, применять теоретические экономические знания в практической деятельности, реализовывать свои способности, как в личном, так и в профессиональном направлении.	Дисциплины школьного компонента	Практикум по предпринимательству, Маркетинг, Менеджмент, Бренд-менеджмент
БД	КВ	Поведение потребителей	6	270	5	PO5, PO7,	Основная цель изучения факторов, влияющих на принятие решения о покупке потребителями, использование современных концепции, подходов и методов в	Микроэкономика,	Маркетинг, Нефромаркетинг,

									управлении поведением потребителей на рынке товаров и услуг для их продвижения, систему методов изучения и прогнозирования будущих нужд, предпочтений потенциальных потребителей. В процессе изучения применяются активные методы обучения, такие как ролевые игры, кейс-ситуации.		РО11						Бренд-менеджмент, Конitent маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Мерчендайзинг и управление торговыми марками
БД	КВ	Правовое регулирование маркетинговой деятельности							Формирует понятие основных направлений правового регулирования в сфере маркетинговой деятельности, применения соответствующей законодательной базы в данной сфере, понимание какая информация является коммерческой тайной, какие правовые отношения возникают в процессе реализации маркетинговой деятельности, разработка стратегии компании на основе использования инструментов маркетинга. Активные методы обучения: игровое проектирование, кейс-задачи.		РО7, РО8					Охрана труда, Нейромаркетинг, Промышленный маркетинг, Маркетинговые коммуникации	
БД	КВ	Маркетинг	6	180	5				Рассматривает сферу маркетинга и его роль в современной экономике, особенности, исследует роль демографического фактора в формировании спроса на продукцию (товаров и услуг), специфические особенности деятельности предприятий, работающих на рынке, модель Д.Ратмела, А.Эйглия и Е.Ланггарда и др. Активные методы обучения: деловые и ролевые игры, мозговой штурм, метод проектов.		РО10, РО12					Практикум по предпринимательству, Экономическая география транспорта, Основы экономики и предпринимательства, Поведение потребителей	
БД	КВ	Нейромаркетинг							Состоит из поиска способов объективного определения предпочтений потребителя без использования субъективных методов получения информации о них, а также формирование рекламных сообщений таким образом, чтобы склонить потребителя к покупке до того, как он их осознал и выработал свою позицию. Активные методы обучения: деловые и ролевые игры, мозговой штурм, метод проектов.		РО10, РО12					Банковский маркетинг, Мерчендайзинг и управление торговыми марками, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Оптовое розничная торговля	
БД	КВ	Основы бухгалтерского учета	6	180	4				Направлена на освоение навыков правильного и современного ведения бухгалтерского, налогового учета, умения правильно составлять бухгалтерские балансы и вести обобщенный хозяйственно-экономический учет в современной организации с помощью компьютерной программы 1С, а также технику и практические навыки компьютеризированного ведения учета.		РО1, РО9					Основы компьютеризации бухгалтерского учета (минор), Бухгалтерский учет и аудит (минор), 1С Бухгалтерия (минор), Оптовое розничная торговля (минор)	
БД	КВ	Основы аудита							Изучает основные понятия аудита в комплексной увязке с другими понятиями рыночной экономики. Термины и определения, раскрывающие теорию, организацию, технологию и методику проведения, порядок оформления и рассмотрения материалов исходя из общепринятой международной системы учета, стандартов и норм аудита. Активные методы обучения: разбор конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры.		РО9, РО12					Основы компьютеризации бухгалтерского учета (минор), Бухгалтерский учет и аудит (минор), 1С Бухгалтерия (минор), Оптовое-	

БД	КВ	Базы данных и клиент-серверные приложения	6	180	6	Р09, Р012	Основная задача исследовать эволюцию концепций обработки данных, возможности системы удаленной обработки, системы совместного использования файлов, изучить и применять в маркетинговой деятельности специальные программы и пакеты, обеспечивающие обслуживание базы данных, плюсы и минусы клиент-серверной архитектуры, использование сервисов, распределяющих нагрузку. Процесс обучения проходит на современных компьютерах, в специально оборудованных лабораторных классах	Основы компьютерного моделирования, Информационно-коммуникационные технологии	розничная торговля (минор)
БД	КВ					Р09, Р012	Основная цель ознакомиться с различными алгоритмами и интерактивными инструментами компьютерной графики, изучить основные методы построения плоских проекционных моделей трехмерного пространства и геометрического моделирования, которые необходимы для развития образного, простейшего мышления и реализации креативных замыслов. Процесс обучения проходит на современных компьютерах, в специально оборудованных лабораторных классах..	Основы компьютерного моделирования, Информационно-коммуникационные технологии	Цифровой маркетинг и медиа, Промышленный маркетинг, Реклама товаров и услуг
БД	КВ	Менеджмент	6	180	3	Р08, Р012	Рассматривает вопросы теории и практики современного менеджмента, применение основных инструментов и методов менеджмента в управлении предприятием. Исследует системы научных знаний о рациональной организации и управлении предприятием, применения принципов построения менеджмента для достижения цели и задач предприятия, принципы построения организационной структуры предприятия, методы управления конфликтами, изменениями, навыки разработки мотивационной политики персонала. В процессе обучения применяются кейсы, решение ситуационных задач.	Финансы, Основы экономики и предпринимательства	Стратегия и управление брендом, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг
БД	КВ	Бренд-менеджмент				Р010, Р012	Понимание роли брендинга в бизнес-модели компании на современном этапе, типы брендов и их различные роли в марочном портфеле компании, теории и инструменты брендинга, система идентичности бренда, разрабатывать стратегическую политику по брендингу или ребрендингу. Активные методы обучения: разбор конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры.	Финансы, Основы экономики и предпринимательства, Поведение потребителей	Стратегия и управление брендом, Стратегический маркетинг в сфере услуг, Стратегический менеджмент в сфере услуг
БД	КВ	Эконометрика	9	270	3	Р03, Р06, Р011	Направлена на изучение методологических основ эконометрического моделирования, построение парных и множественных линейных и нелинейных регрессионных моделей, построение классических модельных предположений с использованием программы Excel для прогнозирования экономических процессов как в масштабах экономики в целом, так и на отраслевом уровне или отдельного предприятия. Активные методы обучения: игровое проектирование, кейс-задачи.	Математика для бизнеса и экономики, Микроэкономика, Методы научных исследований	Макроэкономика, Финансы, Бизнес анализ рынка товаров и услуг, Основы бухгалтерского учета
БД	КВ	Количественные методы в экономике				Р03, Р06, Р011	Изучает методы решения экономических задач с помощью количественных методов, на основе классического математического анализа, математического программирования, теории игр, теории вероятностей, математической статистики, теории случайных процессов и нечетких множеств, проверки статистических гипотез; формирует навыки работы с модулями статистических пакетов Excel и STATA для проведения экономических исследований. Активные методы обучения: игровое проектирование, кейс-задачи.	Математика для бизнеса и экономики, Микроэкономика, Методы научных исследований	Макроэкономика, Финансы, Основы аудита

ПД	КВ	Контент маркетинг и маркетинг в социальных сетях	6	180	7	PO6, PO8	Направлена на изучение места маркетинга в социальных медиа и его роль в деятельности компании, использование современных методов и инструментария в планировании и оценки маркетинга в социальных сетях, создавать проекты для продвижения товара, услуги или бренда с помощью контента и умения выстраивать долговременные коммуникации с аудиторией. В процессе изучения используются компьютерные программы.	Основы компьютерного моделирования, Поведение потребителей	Бизнес анализ товаров и услуг, Маркетинговые исследования
ПД	КВ	Маркетинговые коммуникации				PO7, PO8, PO11	Нацелена на изучение процесса передачи информации о бренде, товарах компании и услугах целевой аудитории через разные каналы взаимодействия. Исследуются принципы построения эффективной коммуникации бизнеса с клиентами для увеличения продаж, укрепления позиций бренда с помощью позиционирования, повышения лояльности, донесения нужной информации до потенциальной аудитории. В процессе изучения используются компьютерные программы.	Социология, Правовое регулирование маркетинговой деятельности	Стратегия и управление брендом, Цифровой маркетинг и медиа
ПД	КВ	Мерчандайзинг и управление торговыми марками	6	180	7	PO9, PO10, PO11	Формирование у студентов профессиональных знаний о целях мерчандайзинга, его стандарты, виды, принципы. Исследует роль мерчандайзинга в бизнесе и в управлении торговыми марками, изучает вопросы планирования и организации торгового процесса с помощью инструментов мерчандайзинга, создания хорошего ассортимента. В процессе изучения предполагаются гостевые лекции, выезд в торговые центры.	Практикум по предпринимательству, Поведение потребителей, Маркетинг, Базы данных и клиент-серверные приложения	Итоговая аттестация
ПД	КВ	Промышленный маркетинг				PO7, PO9, PO12	Изучает особенности финансового управления, принципы Направлена на изучение маркетинга, ориентированного на взаимодействие с компаниями, которые закупают товары и услуги для производственных нужд, чтобы произвести конечную продукцию. Выработать понимание задач промышленного маркетинга, применяемых стратегий в нем, умение разработки маркетинговой политики промышленной компании, повышение эффективности взаимоотношений промышленного предприятия на рынке. В процессе изучения используются активные методы обучения: кейс-методы; деловые ролевые игры, групповая работа..	Экономическая география транспорта, Правовое регулирование маркетинговой деятельности, Инженерная и компьютерная графика	Итоговая аттестация
ПД	КВ	Стратегический маркетинг в сфере услуг	6	180	8	PO8, PO9, PO12	Изучает сущность концепции взаимодействия «Nordic School», модель воздействия на потребителя «7P» М.Битнера, сегментирование и позиционирование в сфере услуг, выбор стратегических позиций, ранжирование стратегических задач и управление по слабым сигналам. Активные методы обучения: разбор конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры.	Практикум по предпринимательству, Поведение потребителей, Маркетинг, Базы данных и клиент-серверные приложения	Итоговая аттестация
ПД	КВ	Стратегический менеджмент в сфере услуг				PO9, PO10, PO11	Рассматриваются характеристика стратегического управления в сфере услуг, стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятий сферы услуг. Изучаются базовые модели стратегического планирования: модель гарвардской школы бизнеса, модель И.Ансоффа, Г.Стейнера, базовые модели стратегического управления: Дэвида, Томпсона, Ефремова. Активные методы обучения: разбор конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры.	Экономическая география транспорта, Правовое регулирование маркетинговой деятельности, Нейромаркетинг,	Итоговая аттестация

Инженерная и компьютерная графика	Сертификат
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>Практический маркетинг (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>5</p> <p>PO2, PO7</p> <p>Основной целью курса является привитие практических навыков использования маркетинга в деятельности компании. Принимать правильное управленческое решение по вопросам планирования, организации, контроле и проведении различных внутренних и внешних мероприятий, сортированных на клиента и направленных на приведение продуктов и услуг в соответствие с его потребностями, чтобы за счет этого достичь поставленных перед предприятием рыночных целей. В рамках изучения проводятся гостевые лекции ведущими маркетологами</p>	<p>Поведение потребителей, Практикум по предпринимательству</p> <p>Сертификат</p>
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>Оптовая розничная торговля (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>6</p> <p>PO8, PO12</p> <p>Направлена на формирование знаний в области организации торгово-технологических процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли, формирования ассортиментной и ценовой политики предприятия, оптимизации хозяйственных связей между субъектами рынка, умений производить учет товаров и услуг в оптовой и розничной торговле на основе использования модуля 1С: Управление торговлей программы 1С:Предприятия</p>	<p>Маркетинг, Практикум по предпринимательству</p> <p>Сертификат</p>
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>Реклама товаров и услуг (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>7</p> <p>PO8, PO9</p> <p>Нацелена дать будущим специалистам практические навыки в области осуществления рекламной деятельности товаров и услуг, которые необходимы для их продвижения, изучить функции, виды и средства рекламы, формы рекламного обращения, развить креативность и мыслить нестандартно при создании рекламы. В рамках обучения используются интерактивные методы обучения, метод кейс-заданий, проводятся гостевые лекции ведущими копирайтерами.</p>	<p>Нейромаркетинг, Практикум по предпринимательству</p> <p>Сертификат</p>
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>Основы компьютеризации бухгалтерского учета (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>5</p> <p>PO9, PO12</p> <p>Изучение основы компьютеризации бухгалтерского учета поможет маркетологу понимать как использовать компьютерные программы и инструменты для автоматизации бухгалтерских процессов. Использовать знания для обеспечения учета и анализа данных, автоматизации рутинных процессов и сокращения времени, затрачиваемого на выполнение задач, при планировании финансовых потоков, бюджетировании и анализе финансовых результатов. Процесс обучения проходит в компьютерных классах.</p>	<p>Основы компьютерного моделирования, Основы бухгалтерского учета, Основы аудита</p> <p>Сертификат</p>
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>Бухгалтерский учет и аудит (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>6</p> <p>PO9, PO12</p> <p>Основная цель изучить основные принципы и методы ведения бухгалтерского учета и аудита на предприятии и их применение в решении управленческих задач, сформировать навыки по формированию экономической информации о деятельности предприятия, понимать роль бухгалтерского учета в системе управления предприятия, способы оценки объектов учета, составлять бухгалтерскую отчетность, правила и проведение аудита и его значимость. Процесс обучения проходит с использованием автоматизированных программ в компьютерных классах</p>	<p>Основы компьютерного моделирования, Основы бухгалтерского учета, Основы аудита</p> <p>Сертификат</p>
<p>ПД</p> <p>КВ</p> <p>1С Бухгалтерия (минор)</p> <p>3</p> <p>90</p> <p>7</p> <p>PO9, PO12</p> <p>Формирует практические навыки использования программного обеспечения 1С Бухгалтерия для бухгалтерского, налогового учета на предприятии, организацию учета в соответствии с МСФО, знать принципы, приемы и методы работы с программой 1С Бухгалтерия 8.3, создавать информационную базу в программе, проводить настройку параметров учета, формировать стандартные отчеты и производить выгрузку информационной базы. Процесс обучения проходит на</p>	<p>Основы бухгалтерского учета, Основы аудита</p> <p>Сертификат</p>

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 данной образовательной программы.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ГОСО по соответствующим видам деятельности.

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: Микроэкономика → Поведение потребителей → Маркетинг → Маркетинговые исследования → Бизнес анализ рынка товаров и услуг → Цифровой маркетинг и медиа.

Соблюдена последовательность изучения дисциплин, включены дисциплины, необходимые для производства и технологического процесса.

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 (Имангалиев Д.М.), обучающиеся (Токенова А.), 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, Атласу новых профессий и способствует формированию общекультурных и профессиональных компетенций по направлению подготовки «6В041 Бизнес и управление».

Рецензент, доктор PhD,

заведующая кафедрой

«Маркетинг и менеджмент» МТГУ, PhD

Мылтыкбаева А.Т.



Академия логистики и транспорта

ПРОТОКОЛ № 4

Заседания КОК УМБ института «Логистика и управление»

г. Алматы

«28» февраля 2023 года

Председатель: Калтаев А.К.

Секретарь: Маулина Н.Х.

Присутствовали: Калтаев А.К. – председатель, директор института «Логистика и управление», ассистент-профессор АЛТ, Бадамбаева С.Е. - зам. председателя – зам. директора института, сениор-лектор кафедры «ЛМТ», Маулина Н.Х. - секретарь КОК-УМБ, лектор кафедры «ЛМТ», Мусалиева Р.Д. - зав. каф. «Логистика и менеджмент на транспорте», ассоц. профессор АЛТ, руководитель комитета «Образовательные программы», Абибуллаев С.Ш. – и.о.зав.каф. «Организация перевозок, движение и эксплуатация транспорта», ассоц. профессор АЛТ, член комитета «Образовательные программы», Жанбирова Ж.Г. - профессор кафедры «Логистика и менеджмент на транспорте», член комитета «Образовательные программы», Сугурова А.Ж. - ассистент-профессор АЛТ, член комитета «Образовательные программы», Маликова Л.М - ассистент-профессор кафедры «Логистика и менеджмент на транспорте», член академического комитета «Разработка, мониторинг и контроль образовательных программ» Ляпбаева Н.И. – и.о. зав. каф. «Социально-гуманитарные дисциплины и физическое воспитание», профессор, член комитета «Образовательные программы», Альтаева Ж.Ж. - ассистент-профессор АЛТ кафедры «ОПДЭТ», член комитета «Учебные программы», Нуржаубаев М.М. - сениор-лектор кафедры «ОПДЭТ», руководитель комитета «Совершенствование форм и методов обучения, контроля знаний, умений и навыка студентов», Маулина Н. Х. - ассистент - профессор АЛТ кафедры «ЛМТ», Член академического комитета «Мониторинг проведения промежуточной и итоговой аттестации», ассистент-профессор, Урсарова А.К. - Сениор-лектор кафедры «ЛМТ», Председатель академического комитета «Планирование и издание учебно-методической литературы», Муратбекова Г.В – ассистент профессор, Руководитель школы молодого преподавателя ИЛУ Мусабаев Б.К. - руководитель «Школы молодого преподавателя», ассистент - профессор кафедры «ЛМТ», Мурзабекова К.А – ассистент профессор, наставник школы молодого преподавателя кафедры «ЛМТ» Алданазаров К - Сениор-лектор кафедры «ОПЭТ», Председатель академического комитета «Формирование и мониторинг Олжабаева Р.С. – докторант.

Представители с производства:

1. По ОП бакалавриата:

- Шакирханов Б.Р. - ТОО "Bastion Trans Logistics", председатель Совета директоров, к.э.н.;

- 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;

2. По ОП магистратуры:

- Шурманов Адиль Кусаинович - ТОО «ЭкоЭнергоГаз», генеральный директор;

- Суванбаева Ф.Г. - ТОО "НИИТК", начальник отдела управления проектами;

-Абреев Г.А. – и.о. начальник отдела учета рабочего парка и исполнения заказов АО «KTZ Express» ;

3. По ОП докторантуры: Токтамысова А.Б. - директор ТОО «STLC», к.т.н.

Обучающиеся: Калтаева Д. – студентка 4 курса, Лыткин Д. – студент 4 курса,

Сасанбаев Д. – студент ТЛ-20-4р, Тойбаев Н.Р. - студент 1 курса, гр. УС-ТЛ-22-2, Сарсенбай А. - студент 1 курса, гр. ЦЛ-22-2, Токенова А. - студент 3 курса, гр. УУО-20-1, Орлеанский А.А. - магистрант 1 г.о., гр. МН-Л-22-1; Еркебай А.Н. - магистрант 1 г.о., гр. МН-РПЛ-21-1; Олжабаева Р.С. - докторант 3 г.о., гр. D-Л-20-01.

ПОВЕСТКА ДНЯ:

1. Рассмотрение Каталога элективных дисциплин (КЭД), Рабочей учебной программы (РУП), паспорта образовательных программ бакалавриата, магистратуры и докторантуры.

ВЫСТУПИЛА: зав. кафедрой «ЛиМТ» Мусалиева Р.Д. представила на рассмотрение КЭД, РУП бакалавриата, магистратуры и докторантуры.

На кафедре «Логистика и менеджмент на транспорте» было проведено заседание с привлечением представителей работодателей и обучающихся по обсуждению содержания образовательных программ по: ОП 6В11330 – Транспортная логистика, ОП 6В11328-Управление услугами в отрасли», ОП 6В11333-Цифровая логистика, ОП 6В11340-Таможенная логистика, ОП 6В04142-Экономика и менеджмент (по отраслям), ОП 7М04166-Экономика и менеджмент (профильная - 1,5 и научно-педагогическая - 2 года), ОП 7М11354-Логистика (по отраслям) (профильная - 1,5 и научно-педагогическая - 2 года), ОП 7М11356-Ресурсосберегающая производственная логистика (научно-педагогическая, 2 года)» и ОП 8D11362-Логистика (по отраслям).

Представителями работодателей и обучающимися были предложены ряд новых актуальных дисциплин с возможностью их включения в новые КЭД и РУП.

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Информацию принять к сведению;
2. Учесть все предложения и рекомендации работодателей, представителей студенческого актива;
3. Представить КЭД, РУП и ОП бакалавриата, магистратуры и докторантуры для рассмотрения и утверждения на Совете института, УС Академии.

Председатель КОК УМБ



Калтаев А.К.

Секретарь



Маулина Н.Х.

Академия логистики и транспорта

ПРОТОКОЛ № 6а

Заседания

Академического Комитета по образовательной программе и ведущих преподавателей кафедры «Логистика и менеджмент на транспорте»

г. Алматы

«27» февраля 2023 года

Председатель: Мусалиева Р.Д.

Секретарь: Тажмуратова А.А.

Присутствовали: зав. кафедрой Мусалиева Р.Д., профессор Жанбирова Ж.Г.; академический ассоц. профессор АЛТ Маликова Л.М., асист. профессора Калтаев А.К., Мурзабекова К.А., Сугурова А.Ж., Маулина Н.Х., Ахметжанова А.Х.; сениор лектора Бадамбаева С.Е., Олжабаева Р.С., Усербаева А.С., Урсарова А.К., лектор Елешева Ж.Б. ассистент-преподаватель Сламбек Д.К.

Представители с производства:

1. По ОП бакалавриата:

- Шакирханов Б.Р. - ТОО "Bastion Trans Logistics", председатель Совета директоров, к.э.н.;

- Тантакоева 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;

2. По ОП магистратуры:

- Шурманов Адиль Кусаинович - ТОО «ЭкоЭнергоГаз», генеральный директор;

- Суванбаева Ф.Г. - ТОО "НИИТК", начальник отдела управления проектами;

- Абдреев Г.А. – и.о. начальник отдела учета рабочего парка и исполнения заказов АО «KTZ Express» ;

3. По ОП докторантуры: Токтамысова А.Б. - директор ТОО «STLC», к.т.н.

Обучающиеся: Калтаева Д. – студентка 4 курса, Лыткин Д. – студент 4 курса, Сасанбаев Д. – студент ТЛ-20-4р, Тойбаев Н.Р. - студент 1 курса, гр. УС-ТЛ-22-2, Сарсенбай А. - студент 1 курса, гр. ЦЛ-22-2, Токенова А. - студент 3 курса, гр. УУО-20-1, Орлеанский А.А. - магистрант 1 г.о., гр. МН-Л-22-1; Еркебай А.Н. - магистрант 1 г.о., гр. МН-РПЛ-21-1; Олжабаева Р.С. - докторант 3 г.о., гр. D-Л-20-01.

ПОВЕСТКА ДНЯ:

1. Рассмотрение компетентностной модели выпускника
2. Рассмотрение возможности включения дисциплин в КЭД и РУП

По первому вопросу

ВЫСТУПИЛА: Зав. кафедрой «Логистика и менеджмент на транспорте» Мусалиева Р.Д. предложила рассмотреть компетентностную модель выпускника по 3 уровням образования: бакалавриата, магистратуры и докторантуры.

Компетентностная модель выпускника включает в себя следующие части:

- цель и задачи образовательной программы;
- результаты обучения;
- область, объекты, виды и функции профессиональной деятельности;
- перечень должностей по образовательной программе;
- профессиональные сертификаты, полученные по окончании обучения;

- требования к предшествующему уровню образования.

ВЫСТУПИЛ: представитель работодателей Махтаев Т.Б. 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: Член кафедры к.т.н., ассистент-профессор Мурзабекова К.А., которая предложила увеличить количество кредитов по профилирующим дисциплинам, тем самым укрупнить дисциплины, связать несколько дисциплин которые позволили бы последовательно изучить все в одной дисциплине.

По второму вопросу

ВЫСТУПИЛА: зав кафедрой Мусалиева Р.Д. с предложением заслушать представителей работодателей и обучающихся по включению новых дисциплин в КЭД и РУП приема 2023 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 Сасанбаев Д.

Считаю необходимым включить в изучение дисциплин программные продукты по Rail-офису и AUTOCAD. Очень хотелось бы научиться проектировать и масштабировать свои знания на производстве.

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Информацию принять к сведению
2. Учесть предложения и рекомендации работодателей и обучающихся
3. Рассмотреть возможность включения в РУП следующие дисциплины:

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 6В11328-Управление услугами в отрасли»

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

По ОП 6В11340-Таможенная логистика: Налоги и таможенные платежи, Таможенная статистика и процедуры, Таможенный контроль

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

ПО ОП 6В04125 – Маркетинг и бизнес аналитика: Производственный маркетинг, Маркетинговое исследование.

7М04163 - Маркетинг и бизнес аналитика : Управление продажами , Стратегия и планирование маркетинга .

7M04166-Экономика и менеджмент (профильная - 1,5 и научно-педагогическая - 2 года): Минор: Тайм-менеджмент

7M11354-Логистика (по отраслям) (профильная - 1,5 и научно-педагогическая - 2 года): Региональные транспортно-логистические системы, Кластеры транспортно-технологических систем

7M11356-Ресурсосберегающая производственная логистика (научно-педагогическая, 2 года)»: Логистическое моделирование и планирование на предприятии, Бережливая логистика.

По ОП 8D11362-Логистика (по отраслям): Методология обслуживание пользователей транспорта, Моделирование логистических процессов на производстве

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Предоставить компетентностную модель выпускника по 3 уровням образования: бакалавриата, магистратуры и докторантуры для рассмотрения и утверждения на Совете института «Логистика и управление».

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

3. Учесть и внести в программы дисциплин проводимые в практических и лабораторных занятиях программные продукты Rail-офису и AUTOCAD.

Председатель:



Мусалиева Р.Д.

Секретарь:



Тажмуратова А.А.

