



**КАЗАХСКИЙУНИВЕРСИТЕТМЕЖДУНАРОДНЫХОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

**Спецификация образовательной программы**

**«6B04103–Менеджмент и маркетинг»**

| **1. Код и классификация области образования** | | 6B041- Бизнес и управление |
| --- | --- | --- |
| **2. Код и классификация направлений подготовки** | | Образовательная программа «6B04103 – Менеджмент и маркетинг» |
| **3. Присваемая степень** | | Бакалавр |
| **4. Направление подготовки** | | Бизнес и управление |
| **5. Присваемая квалификация** | | Бакалавр бизнеса и управления по ОП 6B04103 Менеджмент маркетинг |
| **6. Аккредитация программы** | | Сертификат НААР АВ 4817 от 16.06.2023 |
| **7. Период обучения** | | 4 года |
| **8. Язык обучения** | | Казахский/русский |
| **9. Факультет** | | **«МЕНЕДЖМЕНТА И МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»** |
| **10. Кафедра** | | **«Менеджмент и маркетинг»** |
| **11. ПРОФИЛЬ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ** | | |
| ***Цель ОП***  Образовательная программа «6B04103 – Менеджмент и маркетинг» направлена на получение качественного профессионального образования, профессиональной компетенции в сфере менеджмента и маркетинга, позволяющей быть востребованными в практической деятельности в государственных и частных предприятиях, организаций любой сферы.  ***Задачи программы:***  - иметь знания законов развития природы, общества, мышления и умение применять эти знания в профессиональной деятельности;  - обладать умением анализировать и оценивать социально-значимые явления, события, процессы;  - демонстрировать владение основными методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;  - обладать умением выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы;  - выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого и маркетингового решения;  - иметь способность принимать решения в условиях неопределенности и рисков;  - иметь способность применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения;  - обладать умением определять параметры качества маркетинговых решений и их реализаций, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры.  ***Перспективы ОП*** *согласно «Атласа новых профессий»:* руководитель, главный менеджер, менеджер -аналитик, проектный менеджер, новатор, предприниматель, маркетолог, специалист по продвижению товаров, маркетолог-аналитик, маркетолог-аудитор, управляющий, коммерческий директор, руководитель подразделений государственных структур управления и предприятий различных форм собственности.  **12. Сфера изучения**  - организационно-технологическая. Бакалавр обладает всеми навыками для квалифицированной работы в сфере аналитической, расчетно-нормативной, консультационной деятельности, разработки и применения технологии управления на конкретном предприятии, в том числе участвует в создании научно-методической и организационно-технологической базы управления – совместно с другими специалистами разрабатывает и применяет наиболее эффективные методы управления, правила и процедуры стратегического планирования, менеджмента персонала, инновационного менеджмента. Активно участвует в процессе организации производства, материально-технического снабжения и сбыта на предприятии; - проектная. Бакалавр осуществляет деятельность по двум основным направлениям: организационное проектирование и технико-экономическое обоснование проектов. Организационное проектирование включает в себя разработку организационных структур управления их внедрение, адаптацию, разработку нововведений и определение вариантов развития систем управления, а также анализ экономических проектов, разработку и анализ эффективности специализированных документов (технико-экономическое обоснование, бизнес-план и т.п.), касающихся организации нового предприятия или экономического проекта, необходимых для получения кредитов, займов и иных видов финансовой поддержки;  - производственно-управленческая деятельность является прерогативой бакалавров по данной специальности, поскольку образовательный процесс требует от них досконального изучения всех вопросов связанных с процессом управления; в том числе управление производством, создание эффективной системы, применение на практике всех известных принципов управления, использование разработанной научно-методологической и организационно-технологической базы управления, реализации основных управленческих функций, анализ эффективности их выполнения, контроль за соблюдением технологии управления, формирование экономической стратегии предприятия и планирование текущей производственной деятельности и т.п.; - научно- исследовательская. Бакалавр осуществляет деятельность как в рамках исследовательских программ высших учебных заведений, так и в составе соответствующих исследовательских групп научно-исследовательских институтов, промышленных предприятий и корпораций или самостоятельно, особе место отводится международным программам научного сотрудничества в области экономики, организации, управления; - образовательная или педагогическая деятельность бакалавров менеджмента заключается в профессиональной деятельности в гимназиях, колледжах и лицеях; - коммерческая, в сфере управления материальным производством и социальным развитием.  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **13. ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:**   * Менеджер по управлению рисками * Риск – аналитик * Менеджер по инновационному развитию * Специалисты инновационного маркетинга | | |
| **14. ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТУПАЮЩИМ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ** | | |
| Прием заявлений на ОП «6B04103 – Менеджмент и маркетинг» проводится приемной комиссией вуза с 20 июня по 25 августа.  Для абитуриентов, поступающих на ОП «6B04103 – Менеджмент и маркетинг» на базе общего среднего образования, профилирующими предметами являются география и иностранный язык.  Для абитуриентов, поступающих на ОП «6B04103 – Менеджмент и маркетинг» на базе технического и профессионального образования, профилирующими дисциплинами являются «География» и «Математика».  Зачисление в число студентов оформляется приказом ректора университета в период с 10 по 25 августа. На платной основе по ОП бакалавриата зачисляются: выпускники организаций общего, среднего образования текущего года, прошедшие ЕНТ, набравшие по результатам тестирования не менее 50 баллов; выпускники предыдущих лет организаций общего, среднего образования и выпускники организаций технического и профессионального образования. | | |
| **15. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ** | | |
| **15.1 ОК – ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | |
| **ОК1** | Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач | |
| **ОК2** | Способен критически оценить варианты управленческих решений разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий, участвовать в разработке маркетинговой деятельности организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию | |
| **ОК3** | Способность использовать современные информационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности; использовать сетевые компьютерные технологии, базы данных и пакеты прикладных программ в своей предметной области. | |
| **ОК4** | Способен анализировать финансовую отчетность и применять финансовые инструменты для принятия эффективных управленческих решений с целью повышения финансовой устойчивости и снижения финансовых рисков. | |
| **ОК5** | Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности и формулировать бизнес-идею | |
| **ОК6** | Способен анализировать микро- и макроэкономические ситуации для принятия рациональных решений в ходе своей профессиональной деятельности, анализируя экономические процессы и явления и определять степень влияния на рынок на международном и национальном уровне. | |
| **ОК7** | Принимать решения в системе управление качеством, определять порядок выполнения работ, организовывая в подразделениях работы по совершенствованию, модернизации, унификации, выпускаемой продукции и их элементов, по разработке проектов стандартизации и сертификации, обеспечивать адаптацию современных систем управления качеством к конкретным условиям производства на основе международных стандартов | |
| **15.2 ПК - ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | |
| **ПК1** | Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. | |
| **ПК2** | Способен участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию | |
| **ПК3** | Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений - деятельности, продуктов и т.п.) | |
| **ПК4** | Способен владеть методами разработки и обоснования стратегических маркетинговых решений в различных ситуациях, теоретическими и методическими основами разработки и обоснования стратегических маркетинговых решений, а также иметь навыки разработки маркетинговой стратегий предприятия и программы организационного развития. | |
| **ПК5** | Способен оценивать и применять различные модели и методы системы управления маркетингом, его элементы и принципы в условиях конкурентной среды. | |
| **ПК6** | Способен предложить организационно - управленческие решения и оценить условия и последствия принимаемых решений, обосновывая результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента | |
| **ПК7** | Способен разрабатывать и реализовывать оптимальные бизнес-стратегии на основе углубленного анализа внешней среды, обобщения отраслевых, микро- и макроэкономических тенденций - описывать и моделировать бизнес-процессы любой сложности, осуществлять реструктуризацию бизнеса и реинжиниринг бизнес-процессов. | |
| **15.3 ЛК - ЛИЧНОСТНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ** | | |
| **ЛК1** | Владеть базовыми ценностями мировой культуры и готовность опираться на них в своей профессиональной деятельности, личностном и общекультурном развитии | |
| **ЛК2** | Владеть системой практических знаний и навыков, обеспечивающих приобретение, развитие, совершенствование и активизацию физических способностей и качеств, приобретение, сохранение и укрепление здоровья, способность работать в команде, и руководствоваться принципами здорового образа жизни человека. | |
| **ЛК3** | Способность заслужить доверие других, иметь лидерские качества в организации деятельности коллектива и осуществлении профессионального руководства, демонстрировать способности применения норм гражданского и уголовного законодательств в сфере экономики, права, безопасности жизнедеятельности и антикоррупционной деятельности и методов исследования. | |
| **ЛК4** | Иметь представление: об этических и духовных ценностях; о социологических подходах к личности, основных закономерностях и формах регуляции социального поведения; о сущности власти и политической жизни, политических отношениях и процессах, о роли политических систем в жизни общества и различных социальных групп; о роли сознания и самосознания в поведении, общении и деятельности людей, формировании и становлении личности | |
| **ЛК5** | Способен применять действующие международные стандарты, спецификации и технические отчеты, используемые в сфере управления электронной документацией и информационными технологиями управления | |
| **ЛК6** | Способность к профессиональной эксплуатации современного оборудования, приборов, компонентов сети, компьютерных систем (в соответствии с целями программы), а также использовать правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности и нормы охраны труда. | |
| **ЛК7** | Способен определять траекторию саморазвития и самообразования, осмысливать собственные профессиональные и личностные возможности. | |
| **15.3 МКК – МЕЖКУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | |
| **МКК1** | Способность к письменной и устной коммуникации на государственном языке и языке межнационального общения; умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; готовность к использованию одного из иностранных языков | |
| **МКК2** | Способность реального использования государственного языка, языка межнационального общения в профессиональной деятельности | |
| **МКК3** | Способен общаться на иностранном языке, как устно, так и письменно, на профессиональные темы; анализировать социальные, профессиональные и коммуникативные проблемы в своей профессиональной деятельности. | |
| **МКК4** | Способен ориентироваться в иноязычной среде, используя языковые и информационные средства в общекультурной и профессиональной речевой деятельности в рамках изучаемого материала | |
| **МКК5** | Способен к коммуникации на государственном, русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | |
| **МКК6** | Способен демонстрировать владение навыками логического и грамматического правильного оформления документооборота на государственном языке и анализировать информацию, содержащуюся в научных текстах по направлению подготовки и ведения делового общения на государственном языке. | |
| **МКК7** | Способен анализировать ситуации на производстве, бизнес-производственных площадках со всеми вытекающими коммуникативными задачами, обосновывать доказательной базой по решению различных проблем в профессиональной деятельности на иностранном языке. | |
| **16. РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ** | | |
| РО1 | Владеет фонетическими, грамматическими и лексическими навыками в иноязычной сфере общения, которое требует осмысления, анализа, сравнения и обобщения информации на иностранном языке для выражения своих коммуникативных намерений в решении профессиональных задач | |
| РО2 | Применяет основные функциональные стили современного казахского (русского) языка и их языковые особенности, а также средства и формы употребления языка в разных условиях общения, используя нормы деловой и устной речи для эффективной речевой коммуникации в профессиональной сфере при решении конкретных управленческих и маркетинговых задач на иностранном языке, на основе различных этикетных формул официального общения. | |
| РО3 | Описывает поведение экономических агентов с использованием категорий и моделей, аргументируя собственные взгляды на современные микроэкономические и макроэкономические явления для самостоятельного планирования работы с ориентацией на конечный результат, связанный с работой в информационном пространстве и аналитической деятельностью. | |
| РО4 | Реализует полученные результаты, принимая ответственные решения в прогнозировании основных экономических показателей деятельности предприятия для осуществления сбора и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач, связанных с теоретическими, расчетными и экспериментальными методами исследований, методами математического и компьютерного моделирования в профессиональной деятельности. | |
| РО5 | Оперирует оценкой ресурсов и формирования предпринимательского капитала для ведения собственного бизнеса, владея методами экономического анализа деятельности фирмы и бизнеса, на основе определения уровня предпринимательских рисков с целью управления ими и их нейтрализации. | |
| РО6 | Использует практические инструменты, методы и технологии маркетинга и менеджмента в планировании, организации и контроле маркетинговой и управленческой деятельности для проведения маркетинговых исследований и представления отчетов, в разработке и реализации стратегических планов, деловых, корпоративных и, функциональных стратегии, направленных на развитие организации в перспективе | |
| РО7 | Составляет первичные документы учета регистрации хозяйственных операций в осуществлении учетных процессов, связанных с финансовой деятельностью компании. | |
| РО8 | Прогнозирует макроэкономические показатели развития национальной и международной экономики и ее хозяйствующих субъектов для анализа отраслевой структуры, сырьевой базы страны, региона, отрасли, предприятия на основе определения конкурентоспособности предприятий различных секторов экономики | |
| РО9 | Составляет анкеты и проводит опросы, фокус-группы с обработкой и анализом статистических данных для создания рекомендаций в организации и проведении рекламных и PR-акций, персональных продаж, используя методы стимулирования сбыта и прямого маркетинга. | |
| РО10 | Применяет современные инструменты, методы и технологии Event-маркетинга, брендинга, Интернет-рекламы и SocialMediaMarketing, сарафанного маркетинга, принимая нестандартные и креативные рекламные решения для эффективного и малозатратного продвижения товаров и услуг на рынке. | |
| РО11 | Используют современные технологии в области цифрового менеджмента и маркетинга при решении типовых задач в области профессиональной деятельности, связанных с использованием инновационных и информационных технологий для решения управленческих задач и способен понимать принципы работы цифровых технологий. | |
| РО12 | Определяют систему материальных и моральных стимулов в повышении заинтересованности работников в результатах труда, карьерного роста и персонального развития, оказывая влияние на поведение индивидов, групп в организации через различные методы и механизмы для четкого распределения рабочей нагрузки и контроля ее выполнения. | |
| РО13 | Осуществляет сбор и интерпретацию информации по государственным заказам, льготам, субсидиям и др. инструменты господдержки бизнеса в эффективном распределении материальных, финансовых, трудовых, научно-технических ресурсов, реализуя систему менеджмента качества для принятия оптимальных управленческих решений, связанных с производственной деятельностью предприятия. | |
| РО14 | Реализует на практике инструменты антикризисного управления к диагностике кризисов на основе принципов разработки антикризисной стратегии организации, методов и инструментов Lean-менеджмента, как базы бережливого производства, моделируя бизнес-процессы, технологии улучшения бизнес - процессов для проведения мониторинга и расчета их показателей. | |
| РО15 | Оперирует основными принципами и инструментами для стратегического менеджмента в современных условиях, для анализа критериев стратегической производственной политики организации (предприятия) на основе стратегического управления стратегических маркетинговых решений методов создания в организации системы управленческого маркетинга. | |
| **17. СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** | | |
| **17.1 ОБЩАЯ СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ** | | |
| Образовательная программа рассчитана, как правило, на четыре академических года обучения. Академический год делится на 2 семестра, продолжительностью по 15 недель. Обучение в рамках программы осуществляется на модульной основе. 1 модуль состоит, как правило, из 7-9 кредитов. В течение одного семестра учебная нагрузка обучающегося не может превышать 3-4 модулей. Итоговая государственная аттестация обучающихся проводится в форме защиты профессионально-прикладного проекта. | | |

| **17.2 МОДУЛИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **17.2.1 Общеобразовательный модуль** | | | |
| **I Общеобразовательный блок учебного плана (ОБУП)** | | | |
| **I Модули профессионально-ориентированной подготовки** | | | |
| **Модуль 1.1. Модуль Социально-мировоззренческий модуль** | | **Акад. кредиты** | **Экзамен / семестр** |
| **ООД ОК** | **История Казахстана**  Курс направлен на получение студентами объективных исторических знаний об основных этапах истории современного Казахстана, становление и развитие независимой государственности в Казахстане, духовной культуры, непрерывности и преемственности этногенеза; довести до сознания студентов сущность фундаментальных проблем истории, обучить научным методам исторического познания, сформировать научное мировоззрение и гражданскую позицию | 5 | 1 (ГЭ) |
| **ООД ОК** | **Философия**  Курс направлен на изучение обновленного содержания общеобразовательной дисциплины «Философия», изучение необходимых знаний по основным проблемам и достижениям в области философии и ее основным разделам (онтология, антропология и т.д.), развитие интереса к фундаментальным знаниям и умений системного анализа и оценки событий и фактов действительности, формирование у студентов открытости сознания, понимания собственного национального кода, на усвоение ключевых мировоззренческих понятий (справедливость, достоинство и свобода), а также на развитие и укрепление ценностей толерантности, межкультурного диалога и культуры мира | 5 | 4 |
| **ООД ВК** | **Основы персонального развития**  Данная дисциплина нацелена на изучение и исследование вопросов формирования персонального развития студентов на личностный рост и выработку у обучающихся знаний области экономики и права, основ антикоррупционной культуры, экологии и безопасности жизнедеятельности, а также навыков предпринимательства, лидерства, восприимчивости к инновациям, а также вопросы успешной реализации своего карьерного и личностного потенциала в трудовой, и, возможно, научной деятельности. | 6 | 3 |
|  | **Итого:** | **16** | |

| **Модуль 1.2 Физическая культура** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **ООД ОК** | Физическая культура | 8 | 1,2,3,4 |
|  | **Итого:** | **8** | |
| **Модуль 1.3 Социально-политических знаний** | |  | |
| **ООД ОК** | **Социология**  Курс направлен на формирование у студентов основ социологии и политологии, способствуя подготовке образованных, творчески мыслящих специалистов, владеющих категориально-понятийным аппаратом в сфере социологии и политологии, имеющим правильного представление существующих форм и типов общественно- политического строя  **Политология**  Курс политологии призван познакомить студентов с основами политической науки и сформировать у них общее представление о политике, ее основных аспектах, проблемах, закономерностях и взаимодействии с другими сферами общественной жизни. | 2 | 3 |
|  | 2 |
| **ООД ОК** | **Культурология**  Курс направлен на формирование у студентов научного представления о природе человека, проявляемой в различных ее формах**,** на изучение характера взаимодействия культур и тенденций мировой культурной универсализации, особенностей развития культурологии в Казахстане, усвоение факторов и механизмов культурной социализации личности.  **Психология**  Курс направлен на формирование у студентов системы знаний по тем разделам психологии, которые необходимы для принятия обоснованных решений в управленческой деятельности. | 2 | 3 |
|  | 2 |
|  | **Итого:** | **8** | |
| **Модуль 1.4 Общеязыковой модуль** | | | |
| **ООД ОК** | **Иностранный язык (англ)**  Программа курса направлена на развитие иноязычной коммуникативной компетенции студентов: способности и готовности осуществлять устное и письменное общение в социально-бытовой и академической сферах, а усвоение основ терминологии соответствующего направления подготовки | 10 | 1,2 |
| **ООД ОК** | **Казахский (Русский) язык**  Программа курса направлена на формирование современной языковой личности, повышения общей речевой культуры студентов, владению государственным языком | 10 | 1,2 |
|  | **Итого:** | **20** | |

| **Модуль 1.5 Цифровизация** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **ООД ОК** | **Информационно-коммуникационные технологии** Программа курса направлена на использование информационно- коммуникационных технологий/ ИКТ в профессиональной деятельности на английском языке | 5 | 2 |
|  | **Итого:** | **5** | |
|  | **Всего ООД ОК**  **Модули профессионально-ориентированной подготовки:** | **57** | |

| **ІІ. Базовый блок учебного плана (ББУП)** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **II. Модули профессионально-базируемой подготовки** | | | |
| **Модуль 2.1 Современные модели и теории экономического развития** | | | |
| **БД ВК** | **Экономическая теории**  Курс нацелен на изучение обучающимися вопросов выполнения определенных видов деятельности, на основе фундаментальных знаний концепций и категорий современной экономической теории, закономерностей функционирования рыночной экономики и поведения ее субъектов, механизмов формирования цен и объемов производства на различных типах рынков, взаимосвязи и динамики объемов национального производства, инфляции, занятости и других макроэкономических агрегатов; сформировать методологическую основу для изучения специальных теоретических курсов программы, базирующихся на экономической теории. | 5 | 1 |
| **БД КВ** | **Микроэкономика**  Данный курс обучает будущих специалистов теоретическим знаниям о микроэкономических аспектах функционирования и развития современной экономики, а также связан с практическими навыками в области микроэкономического анализа и других современных научных средств исследования микроэкономических процессов, предусматривает получение студентами системы знаний о микроэкономике, как одной из фундаментальных дисциплин, используемых при изучении других экономических предметов. | 5 | 2 |
| **БД КВ** | **Макроэкономика**  Дисциплина нацелена на формирование знаний о макроэкономике как о целостной системе, изучающей функционирование и развитие национального хозяйства страны, анализирующей наиболее актуальные проблемы экономики, воздействие экономической политики государства на экономическую жизнь общества и предусматривает освоение студентами основных закономерностей и тенденций экономической системы, формирует представление об основных формах и видах организационного устройства, прививая студентам навыки анализа ситуаций на рынке товаров и ресурсов. | 4 | 2 |
|  | **Итого:** | **14** | |
| **Модуль 2.2 Финансово-учетные основы ведения бизнеса** | | | |
| **БД КВ** | **Основы бухгалтерского учета**  Процесс изучения дисциплины направлен на понимания методики бухгалтерского учета, правомерности ведения хозяйственных операций. Данная дисциплина предполагает рассмотрение основы и структуры ведения бухгалтерского учета, изучение финансово-хозяйственной деятельности, проведение операций по расчетам, формирование результатов деятельности и их анализа, подготовки финансовой отчетности на предприятиях. | 4 | 3 |
| **БД КВ** | **Основы финансов**  Данный курсе представлены основные аспекты финансов: теоретические основы, формы организации, практическое применение финансов, с разных позиций экономической категории, ее роль и значение в воспроизводственных процессах и социально-экономическом развитии общества. | 4 | 4 |
|  | **Итого:** | **8** | |
| **БД ВК** | **Учебная практика**  Программа курса направлена на реализацию полученных методов и навыков, технологии ведения деловой дипломатической коммуникации в условиях реального профессионального общения ознакомление со своей будущей профессией и приобретение первичного профессионального опыта | 3 | 4 |
|  | **Итого:** | **3** | |
| **Модуль 2.3 Модуль профессионально-ориентированного языка** | | | |
| **БД ВК** | **Профессионально-ориентированный иностранный язык**  Формирование иноязычной профессионально ориентированной коммуникации студентов в сфере маркетинга и менеджмента, позволяющей им интегрироваться в международную профессиональную среду и использовать профессиональный английский язык как средство межкультурного и профессионального общения. | 12 | 3,4 |
| **БД ВК** | **Делопроизводство и деловое общение на государственном языке**  Данный курс формирует у студентов межкультурную коммуникацию, дает инструменты адекватного профессионального общения в сфере их деятельности. Конечная цель курса – овладеть навыками делового общения на основе языка специальности, совершенствование профессиональной подготовки студентов. | 3 | 4 |
| **БД ВК** | **Профессионально коммуникативно ситуационный практикум**  Основное назначение данного курса состоит в формировании коммуникации у студентов, т.е. практическое владение базовой профессиональной терминологией, его активное применение в обсуждении практико-ориентированных ситуационных задач, связанных со сферой маркетинга и менеджмента. | 3 | 4 |
|  | **Итого:** | **18** | |
| **Модуль 2.4 Предпринимательство** | | | |
| **БД КВ** | **Предпринимательская деятельность**  Курс направлен на изучение и формирование нормативно-правовых, экономических и организационных знаний и умений по вопросам становления, организации и ведения предпринимательской деятельности в условиях Казахстанской экономики, а так же получения системных представлений об основах организации собственного дела, выработки организационно-управленческих умений ведения предпринимательской деятельности. | 4 | 1 |
| **БД КВ** | **Бизнес планирование в индустрии гостеприимства**  Курс ориентирован на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями и пониманием основных принципов и методов бизнес-планирования, базовыми умениями применять методы и технологии бизнес планирования на практике в деятельности предприятий индустрии гостеприимства. | 4 | 1 |
| **БД КВ** | **Инновационное развитие бизнеса**  Курс нацелен на комплексное представление об инновационном развитии бизнеса, особенностях планирования и организации инновационной деятельности предприятия, методах управления исследованиями и разработками, позволяющими эффективно функционировать предприятию, а также изучить основные формы финансирования бизнеса, с целью осуществления инвестиционных вложений в рисковые инновации. | 4 | 2 |
|  | **Итого:** | **12** | |
| **Модуль 2.5 Теоретические и практические основы менеджмента и маркетинга** | | | |
| **БД ВК** | **Основы менеджмента**  Данный курс формирует у обучающихся системные, профессиональные умения и навыки управления в сфере бизнеса на основе применения современных принципов, методов и подходов менеджмента, приобретения у студентов навыков формирования наиболее эффективных вариантов строения системы управления в организациях, предприятиях, а так же функционирования, развития их основных функций менеджмента (организация, планирование, мотивация, контроль) и принятие оперативных, эффективных управленческих решений. | 5 | 3 |
| **БД ВК** | **Основы маркетинга**  Курс направлен на формирование у обучающихся теоретических, профессиональных умений и навыков управления маркетинговой деятельностью на основе применения современных технологии маркетинга, освоение современных концепций маркетинга, основ управления маркетинговой деятельностью в инновационной сфере, приобретение навыков принятия маркетинговых управленческих решений через систему знаний о закономерностях и законах маркетинга, которые составляют конструкцию маркетинговой деятельности на рынке. | 4 | 4 |
|  | **Итого:** | **9** | |
| **Модуль 2.6 Стандартизация качества товаров и услуг** | | | |
| **БД КВ** | **Экспертиза товаров и услуг**  Курс нацелен на формирование у студентов системы теоретических знаний в области экспертизы товаров и услуг, практического осмысления установления соответствия товаров и услуг требованиям технических регламентов и нормативных актов, определения порядка организации и подготовки принятия решения о проведении экспертизы товаров и услуг, изучение организационной структуры субъектов экспертизы товаров и услуг, овладение средствами и методами проведения экспертизы и документального оформления экспертной оценки товаров и услуг. | 4 | 5 |
| **Итого:** | | **4** | |
| **Модуль 2.7 Экономический анализ деятельности предприятия** | | | |
| **БД ВК** | **Экономика предприятия**  Данный курс рассматривает проблемы функционирования предприятий в условиях рыночной экономики; в ходе изучения студент анализирует основные аспекты экономической деятельности; изучает основные технико-экономические показатели работы предприятия и его структурных подразделений; выбирает направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятий. | 5 | 6 |
| **БД ВК** | **Экономика торговли**  Содержание курса позволяет студентам понять сущность и значение торговли, сформировать знания о торговом обороте, выручки от реализации продаж и свободно оперировать экономическими показателями оптовой и розничной торговли. Студенты ознакомятся с формами и методами оптовой и розничной торговли на предприятиях в странах с развитой рыночной экономикой, а также приобретут навыки владения методами анализа деятельности торгового предприятия. | 5 | 5 |
| **Итого:** | | **10** | |
| **Модуль 2.8 Профессионально-коммуникативный языковой модуль** | | | |
| **БД ВК** | **Иностранный язык в сфере бизнеса и управления**  Курс иностранный язык имеет целью формирование иноязычного тезауруса в области бизнеса и управления, дает студентам инструментарий в сфере современных методик управления бизнесом, готовит к дискуссиям по данному направлению и анализу текстов управленческого дискурса. | 12 | 5,6 |
| **БД ВК** | **Специализированный иностранный язык в сфере бизнеса и управления**  Курс развивает коммуникативно-интеркультурный и профессиональный аспект владения иностранным языком, используют речевые компоненты, понятиям и терминологию специальности на иностранном языке, нацеливает на сравнение языковых клише по профессиональным ситуациям. | 6 | 7 |
| **ПД ВК** | **Профессионально-коммуникативный языковой практикум**  Курс готовит к устной коммуникации по основным ситуациям профессионального иностранного языка. Студент имеет возможность общаться на иностранном языке по заданным темам, опираясь на языковой и текстовый материал, обобщает информацию и выстраивает высказывания. | 9 | 5,6,7 |
| **БД ВК** | **Производственная практика**  Производственная практика направлена на закрепление полученных в процессе учебы теоретических знаний, приобретение практических навыков и опыта профессиональной деятельности в условиях организации | 3 | 6 |
|  | **Итого:** | **30** | |
| **Управление цифровым предприятием (Minor)** | | | |
| **БД КВ** | **Цифровизация профессиональной деятельности (маркетинг-аналитик)**  Курс нацелен на рассмотрение новых цифровых технологий систематизации, хранения и анализа управленческой информации, их преимущества в сравнении с традиционными методами информационной поддержки маркетинга и улучшения результатов маркетинговых последствий. | 3 | 6 |
| **БД КВ** | **Маркетинговый аудит**  Курс рассматривает фундаментальные направления изучения теоретических маркетинговых основ аудита ведения бизнеса формирования и применения маркетингового аудита в компаниях. Задачи изучения дисциплины состоят в рассмотрении на протяжении всего курса представления о роли и назначении маркетингового аудита, основополагающих принципов аудита в современных условиях. Студенты получают теоретические и практические инструменты организации учетного процесса в организациях и разработки стандарта по маркетинговому аудиту и внедрение его в Палату Аудиторов Республики Казахстан. | 6 |
| **Итого:** | | **9** | |
| **Всего БД**  **Модули профессионально-идентифицирующей подготовки** | | **112** | |
| **ЦИКЛ ПРОФИЛИРУЮЩИХ ДИСЦИПЛИН** | | | |
| **III. Модули профессионально-идентифицирующей подготовки** | | | |
| **Модуль 3.1 Государственное регулирование экономики и бизнеса** | | | |
| **ПД ВК** | **Государственное регулирование экономики**  В рамках дисциплины студенты получают теоретические знания и практические навыки по вопросам, касающимся форм и методов участия государства в экономической жизни страны с помощью различных рычагов воздействия на социально-экономические процессы, обеспечивающих эффективное формирование рыночных отношений. | 4 | 5 |
| **ПД КВ** | **Инструменты регулирования деятельности субъектов бизнеса**  Данный курс направлен на обеспечение теоретического и практического применения методов и инструментов регулирования деятельности субъектов бизнеса, к ним относятся наука о налогах как специализированный раздел финансовой науки, инструменты регулирования деятельности субъектов бизнеса, наука о налогах, учение о финансах и государстве, теоретическая основа познания сущности налогов и механизма налогообложения. Необходимость изучения налогов и их организация. Значение исторического и логического подходов при изучении системы налогообложения хозяйствующих субъектов и населения. | 4 | 5 |
|  | **Итого:** | **8** | |
| **Модуль 3.2 Этико-управленческий модуль** | | | |
| **БД КВ** | **Этика и психология в менеджменте**  Курс направлен на формирование психологических знаний и умений, необходимых для профессиональной деятельности, будущие специалисты сферы менеджмента получат инструмент диагностики и прогнозирования состояния людей, программирования процесса управления конфликтами, эффективной коммуникации с сотрудниками, применение психологических принципов мотивации сотрудников и создания условий для эффективной работы. | 4 | 5 |
| **ПД КВ** | **Управление персоналом**  В ходе изучения курса формируются практические умения и навыки в профессиональном отборе персонала и использовании ситуационного подхода при их выборе, развития способности к анализу организационных проблем через призму человеческого фактора и разработки управленческих решений по совершенствованию использования человеческих ресурсов в сфере бизнеса, совершенствования системы и процессов управления персоналом. | 4 | 6 |
|  | **Итого:** | **8** | |
| **Управление бизнес процессами (Minor)** | | | |
| **ПД КВ** | **Прогнозирование бизнес процессов**  В рамках данного курса рассматривается процесс управления компанией, управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии процессного управления, а также, системного методического подхода к проектной деятельности. | 4 | 7 |
| **ПД КВ** | **Анализ бизнес-процессов**  В ходе изучения курса студенты рассматривают применение основных инструментов микро и макроэкономического анализа в сфере бизнеса; формируют понимание и интерпретацию микро и макроэкономической политики на основе конкретной экономической ситуации, анализируя рынки спроса и предложения и экономические тенденции развития экономики. | 5 |
|  | **Итого:** | **9** | |
| **Модуль 3.3 Менеджмент организации** | | | |
| **ПД КВ** | **Антикризисное управление**  Курс нацелен на формирование у студентов комплексного понимания принципов и методов антикризисного управления, направленного на обеспечение баланса интересов компании, ее контрагентов, работников, общества и государства. Изучение данного курса позволит студентам ознакомиться с экономико-правовыми и методическими основами реализации функций кризис-менеджера, уяснить роль и задачи государственных органов управления в регулировании кризисных ситуаций. | 4 | 7 |
| **ПД КВ** | **Lean-менеджмент**  Курс направлен на овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в области принятия управленческих решений, связанных с производственной (операционной) деятельностью предприятия. Курс рассматривает роль и место предприятия как самостоятельного хозяйствующего субъекта в системе рыночных отношений; - выяснение закономерностей развития промышленного производства в условиях передовых технологий и автоматизации производственных процессов; - изучение методов рациональной организации производственных процессов, а также способов наиболее эффективного использования производственных ресурсов предприятия | 4 | 7 |
| **ПД ВК** | **Стратегический менеджмент**  Курс нацелен на изучение основ в области теории и практики стратегического управления, как перспективного направления развития систем в условиях высокой степени изменчивости среды. Способствует формированию у студентов стратегического мышления, необходимого для успешной работы в бизнесе. На протяжении изучения всего курса студент проводит анализ выбранной компании (существующей или планируемой к созданию под реализацию конкретного start-up проекта) и использует ее как пример для формирования навыков применения методов стратегического анализа и разработке корпоративной стратегии и дорожной карты ее реализации. | 6 | 8 |
|  | **Итого:** | **14** | |
| **Модуль 3.4 Маркетинговая стратегия организации** | | | |
| **ПД КВ** | **Интегрированные маркетинговые коммуникации**  В рамках данного курса студенты рассматривают системные методы в сфере разработки стратегий маркетинговых коммуникационных кампаний и отдельных этапов их тактической реализации с учетом тенденций потребительского поведения, конкурентной среды, поставленных маркетинговых задач и встраиваемой идентичности бренда. В процессе изучения дисциплины студент усваивает особенности маркетинговых коммуникаций, взаимосвязи рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций, приобретая навыки построения кампании по продвижению товаров и услуг на рынок. | 4 | 7 |
| **ПД ВК** | **Стратегический маркетинг**  Данный курс отражает современные принципы и научные разработки по стратегическому маркетингу в управлении бизнесом и предоставляет всестороннее изучение процессов и методов маркетинговых исследований и корпоративного управления компаниями и предприятиями. Курс формирует навыки студентов понимать, анализировать и осуществлять международные маркетинговые операции, применять различные методы исследований при анализе данных для последующего принятия решений в маркетинг-менеджменте и для обеспечении эффективного развития, стабильной доходности и устойчивости предприятий, оценивать перспективы и современные тенденции в международной практике корпоративного управления в сфере бизнеса. | 5 | 8 |
| **ПД КВ** | **Маркетинговые исследования**  В рамках данного курса формируется представление о методологии маркетинговых исследований, основных направлений и видов исследований, методов сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для снижения неопределенности при принятии маркетинговых решений, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. | 5 | 8 |
|  | **Итого:** | **14** | |
| **ПД ВК** | **Производственная/ преддипломная практика**  Цель преддипломной практики – подготовка выпускной квалификационной работы и выполнение профессионально-творческих обязанностей | 6 | 8 |
|  | **Итого:** | **6** | |
| **Всего ПД**  **Модули профессионально-идентифицирующей подготовки** | | **64** | |
| Итоговая аттестация:  1.Написание и защита дипломной работы(проекта) или  2. Подготовка и сдача 2-х комплексных экзаменов:  Комплексный экзамен 1:  1.1 Основы маркетинга  1.2 Основы менеджмента  1.3 Интегрированные маркетинговые коммуникации  Комплексный экзамен 2:  Управление бизнес процессами (майнор)  3. Подготовка и сдача экзамена по профессиональному ИЯ | | 8 | 8 |
|  | **Итого:** | 8 | |
| **ВСЕГО по ОП** | | **241** | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **16.3 СХЕМА ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ** | | | | | | | |
| **ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | | | | | | |
| **II. Модули профессионально-базируемой подготовки** | | | | | | | |
| **НАИМЕНОВАНИЕ**  **МОДУЛЯ** | **ОК1** | **ОК 2** | **ОК 3** | **ОК 4** | **ОК 5** | **ОК 6** | **ОК 7** |
| Модуль 2.1 Современные модели и теории экономического развития |  |  |  |  |  | X |  |
| Модуль 2.2 Финансово-учетные основы ведения бизнеса |  |  |  | X |  |  |  |
| Модуль 2.4 Предпринимательство |  |  |  |  | X |  |  |
| Модуль 2.5 Теоретические и практические основы менеджмента и маркетинга |  | X |  |  |  |  |  |
| Модуль 2.6 Стандартизация качества товаров и услуг |  |  |  |  |  |  | X |
| Модуль 2.7 Экономический анализ деятельности предприятия | X |  |  |  |  |  |  |
| Управление цифровым предприятием |  |  | X |  |  |  |  |

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **НАИМЕНОВАНИЕМОДУЛЯ** | **ПК1** | **ПК 2** | **ПК 3** | **ПК 4** | **ПК 5** | **ПК 6** | **ПК 7** |
| Модуль 3.1 Государственное регулирование экономики и бизнеса | Х |  |  |  |  |  |  |
| Модуль 3.2 Этико-управленческий модуль |  | Х |  |  |  |  |  |
| Управление бизнес процессами (Minor) |  |  | Х |  |  |  | Х |
| Модуль 3.3 Менеджмент организации |  |  |  |  |  | Х |  |
| Модуль 3.4 Маркетинговая стратегия организации |  |  |  | Х | Х |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ЛИЧНОСТНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | | | | | | |
|  | **ЛК1** | **ЛК2** | **ЛК3** | **ЛК4** | **ЛК5** | **ЛК6** | **ЛК7** |
| Модуль 1.1. Социально-мировоззренческий модуль |  |  | Х |  |  |  | Х |
| Модуль 1.2. Физическая культура |  | Х |  |  |  |  |  |
| Модуль 1.3. Социально-политических знаний | Х |  |  | Х |  |  |  |
| Модуль 1.5. Цифровизация |  |  |  |  | Х | Х |  |
| **МЕЖКУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ** | | | | | | | |
|  | **МКК1** | **МКК 2** | **МКК 3** | **МКК 4** | **МКК 5** | **МКК 6** | **МКК 7** |
| Модуль 1.4. Общеязыковой модуль | Х |  |  |  |  | Х |  |
| Модуль 2.3 Модуль профессионально-ориентированного языка |  | X |  | X |  |  |  |
| Модуль 2.8 Профессионально-коммуникативный  языковой практикум |  |  | X |  | X |  | X |

| **17. МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ В РАМКАХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** |
| --- |
| 1. University of Fribourg (Швейцария) 2. IULM (Италия) 3. Artevelde University of Applied Sciences (Бельгия) |
| **18 О**бразовательная программа «6B04103 - МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»  включает следующие виды профессиональных практик:  - производственно- преддипломная – 6 кредитов  - производственная- 3 кредита  - учебная – 3 кредита |
| **19.1 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА** |
| **Целью учебной практики** является получение обучающимися знаний, первичных профессиональных умений и навыков, необходимых для выполнения работы в области менеджмента и маркетинга; систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных обучающимися, в процессе обучения.  **Задачи учебной практики**:  -закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения;  - осознание мотивов и ценностей в избранной профессии;  -усвоение сущности и содержания правовых основ управленческой и маркетинговой деятельности в условиях современной рыночной экономики;  -ознакомление с характером деятельности организаций и предприятий, перспективами их развития, особенностями организации процесса маркетинга;  -выработка умений поиска необходимых нормативных правовых актов, их толкования и использования в профессиональной деятельности;  -изучение принципов построения организационной и производственной структуры предприятия, рациональной организации производственного процесса, управления маркетинговой деятельностью;  -изучение функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.  **Место проведения**:  1 ТОО «Golden Sharks»  2 ТОО «ТехноGRAD»  3 АО «Казахтелеком»  4 АО Home credit bank  5 ТОО «FARAOIL-GROUP»  6 Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан |
| **19.2 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА** |
| **Целью производственной практики** является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, общекультурных, профессиональных компетенций и профессиональных компетенций профиля на основе изучения работы организаций, в которых студенты проходят практику.  **Задачами производственной практики являются**:  - овладение профессиональными навыками работы и решения практических задач;  -приобретение студентами практического опыта работы в коллективе;  -сбор материалов для выполнения отчета по практике;  -изучение и анализ внешних и внутренних условий деятельности компании, специфики ведения бизнеса и особенностей системы управления;  -ознакомление с правовыми, нормативными, организационно распорядительными документами и внутренними стандартами и другими документами, которыми руководствуется в своей деятельности компания при осуществлении деятельности;  -ознакомление, изучение и практическое освоение основных направлений управленческой и маркетинговой деятельности в организации;  -приобретение и закрепление новых навыков в сфере системы управления организацией, необходимых для формирования востребованного работодателем специалиста по менеджменту;  -подготовка письменного отчета о результатах прохождении производственной практики.  **Место проведения**:  1 АО “Казахтелеком  2 ТОО «Издательство «Жазушы»  3 TOO “ANCON  4 АО Home credit bank  5 АО «Лотте Рахат»  6 ИП «Азия» |
| **19.3 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА** |
| **Цель производственной(преддипломной) практики:**  Производственная (преддипломная) практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению профессионально- прикладного проекта в организациях различных организационно-правовых форм.  **Задачи производственной(преддипломной) практики:**  - развитие способностей студента к самостоятельной деятельности в сфере управления: организаторских, аналитических, коммуникативных, исследовательских, самоорганизации и самоконтроля;  -ознакомление с нормативными, законодательными актами и материалами, инструкциями, методическими рекомендациями и другими документами, которыми руководствуются в своей деятельности организации при осуществлении маркетинговой деятельности и управления проектами в разных областях и на разных уровнях;  - изучение и анализ системы управления и маркетинговой деятельности предприятия;  -разработка предложений по совершенствованию направлений деятельности менеджера низшего и среднего уровней управления в организации;  -формирование и развитие у студентов профессионально значимых качеств, устойчивого интереса к профессиональной управленческой деятельности, потребности в самообразовании; -сбор необходимых материалов и документов для выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с выбранной темой.  - приобретение навыков и умений управленческой, организационной и маркетингововой работы;  **Место проведения:**  1.ТОО «Magnum Cash & Carry»  2.ТОО «360 ПРОДАКШН»  3.АО «АлмаТел Казахстан»  4.АО «Товарная биржа «Евразийская торговая система»  5.ТОО «Astana ITI Group»  6.АО «АК Алтыналмас» |

****

**РО Владеет фонетическими, грамматическими и лексическими навыками в иноязычной сфере общения, которое требует осмысления, анализа, сравнения и обобщения информации на иностранном языке для выражения своих коммуникативных намерений в решении профессиональных задач**.

**РО 2** Применяет основные функциональные стили современного казахского (русского) языка и их языковые особенности, а также средства и формы употребления языка в разных условиях общения, используя нормы деловой и устной речи для эффективной речевой коммуникации в профессиональной сфере при решении конкретных управленческих и маркетинговых задач на иностранном языке, на основе различных этикетных формул официального общения.**РО 3** Описывает поведение экономических агентов с использованием категорий и моделей, аргументируя собственные взгляды на современные микроэкономические и макроэкономические явления для самостоятельного планирования работы с ориентацией на конечный результат, связанный с работой в информационном пространстве и аналитической деятельностью.

**РО 4** Реализует полученные результаты, принимая ответственные решения в прогнозировании основных экономических показателей деятельности предприятия для осуществления сбора и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач, связанных с теоретическими, расчетными и экспериментальными методами исследований, методами математического и компьютерного моделирования в профессиональной деятельности.

**РО 5** Оперирует оценкой ресурсов и формирования предпринимательского капитала для ведения собственного бизнеса, владея методами экономического анализа деятельности фирмы и бизнеса, на основе определения уровня предпринимательских рисков с целью управления ими и их нейтрализации.

**РО 6** Использует практические инструменты, методы и технологии маркетинга и менеджмента в планировании, организации и контроле маркетинговой и управленческой деятельности для проведения маркетинговых исследований и представления отчетов, в разработке и реализации стратегических планов, деловых, корпоративных и, функциональных стратегии, направленных на развитие организации в перспективе

**РО 7** Составляет первичные документы учета регистрации хозяйственных операций в осуществлении учетных процессов, связанных с финансовой деятельностью компании.

**РО 8** Прогнозирует макроэкономические показатели развития национальной и международной экономики и ее хозяйствующих субъектов для анализа отраслевой структуры, сырьевой базы страны, региона, отрасли, предприятия на основе определения конкурентоспособности предприятий различных секторов экономики

**РО 9** Составляет анкеты и проводит опросы, фокус-группы с обработкой и анализом статистических данных для создания рекомендаций в организации и проведении рекламных и PR-акций, персональных продаж, используя методы стимулирования сбыта и прямого маркетинга.

**РО 10** Применяет современные инструменты, методы и технологии Event-маркетинга, брендинга, Интернет-рекламы и SocialMediaMarketing, сарафанного маркетинга, принимая нестандартные и креативные рекламные решения для эффективного и малозатратного продвижения товаров и услуг на рынке.

**РО 11** Используют современные технологии в области цифрового менеджмента и маркетинга при решении типовых задач в области профессиональной деятельности, связанных с использованием инновационных и информационных технологий для решения управленческих задач и способен понимать принципы работы цифровых технологий.

**РО 12** Определяют систему материальных и моральных стимулов в повышении заинтересованности работников в результатах труда, карьерного роста и персонального развития, оказывая влияние на поведение индивидов, групп в организации через различные методы и механизмы для четкого распределения рабочей нагрузки и контроля ее выполнения.

**РО 13** Осуществляет сбор и интерпретацию информации по государственным заказам, льготам, субсидиям и др. инструменты господдержки бизнеса в эффективном распределении материальных, финансовых, трудовых, научно-технических ресурсов, реализуя систему менеджмента качества для принятия оптимальных управленческих решений, связанных с производственной деятельностью предприятия.

**РО 14** Реализует на практике инструменты антикризисного управления к диагностике кризисов на основе принципов разработки антикризисной стратегии организации, методов и инструментов Lean-менеджмента, как базы бережливого производства, моделируя бизнес-процессы, технологии улучшения бизнес - процессов для проведения мониторинга и расчета их показателей.

**РО 15** Оперирует основными принципами и инструментами для стратегического менеджмента в современных условиях, для анализа критериев стратегической производственной политики организации (предприятия) на основе стратегического управления стратегических маркетинговых решений методов создания в организации системы управленческого маркетинга.

КОМПЕТЕНТНАСТНАЯ МОДЕЛЬ

ВЫПУСКНИКА-БАКАЛАВРА В БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ

ОП 6В04103-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

